



Coca-Cola HBC
Romania

Pentru că MÂINE începe AZI. Cu NOI.

RAPORT DE SUSTENABILITATE
CCHBC ROMÂNIA 2015



Viziunea noastră este:

să devenim

**„LIDERUL NECONTESTAT
PE TOATE PIEȚELE PE CARE
ACTIVĂM”.**

Misiunea noastră este de a:

Ne revigora consumatorii.

Deveni parteneri cu consumatorii noștri.

Răsplăti publicurile interesate.

Îmbogăți viața comunităților locale.

Scopul nostru este să:

Inspirăm un viitor mai bun.

Răspândim fericire.

Unim oameni.



Totul pornește de la valorile noastre;
ele sunt ADN-ul companiei noastre și sunt
esențiale pentru succesul nostru viitor.

Valorile noastre sunt:

AUTENTICITATE:

Acționăm cu integritate și facem ceea ce este corect,
nu doar ușor.

EXCELENȚĂ:

Ne străduim să uimim prin pasiune și rapiditate.

ÎNVĂȚARE CONTINUĂ:

Ascultăm și avem o curiozitate înnăscută
pentru a învăța.

GRIJĂ PENTRU OAMENII NOȘTRI:

Credem în oamenii noștri, investim în ei și
îi ajutăm să se dezvolte.

UNITATE:

Credem în puterea lucrului în echipă,
cooperăm cu fiecare ocazie.

SUCCESUL ÎMPĂRTĂȘIT CU CLIENȚII:

Clienții noștri sunt în centrul a tot ceea ce facem.



1. INTRODUCERE & INFORMAȚII GENERALE 6

- Declaratia Directorului General 8
- Cifrele anului 2015 10
- Profil corporativ & structură operațională 12
- Mărcile & produsele noastre 16
- Impactul financiar & valoric 17



2. SUSTENABILITATE: ABORDARE, POLITICI, CONSISTENȚĂ 20

- Administrare corporativă & etică 22
- Conduita în afaceri 24
- Strategia de dezvoltare durabilă 25
- Implicarea părților co-interesate & materialitate 25
- Apartenență și premii 30



3. DESPRE OAMENI: DEZVOLTARE, ÎNCREDERE, VIITOR 32

- | | |
|---|--|
| Lucrul de acasă & ore de lucru flexibile 35 | Beneficii & remunerație 42 |
| Condiții de angajare 36 | Comunicare internă 43 |
| Angajați noi 38 | Sănătate și securitate în muncă 44 |
| Rotația de personal 39 | Transport 46 |
| Cultura de egalitate de șanse 40 | Formare & dezvoltare 47 |
| | Recognition @Coke 48 |
| | Libertatea de asociere și negociere colectivă 49 |



4. MEDIU: RESPONSABILITATE, EFICIENȚĂ, RESPECT 50

- | | |
|--|---|
| Administrarea resurselor de apă 53 | Protejarea mediului înconjurător 67 |
| Angajamentul nostru pentru conservarea apei 53 | Sisteme de cogenerare 68 |
| Materii prime & ambalaje 56 | Programe de reducere a consumului de energie 68 |
| Deșeuri & colectare 60 | Parcul auto & comportamentul la volan 68 |
| Eliminarea deșeurilor 63 | Dispozitive de răcire a băuturilor răcoritoare eficiente energetic 69 |
| Transport 64 | Emisii 70 |
| Energie & schimbări climatice 65 | Emisii în aer 72 |
| Eficiență energetică 66 | |

cuprins



5. CREȘTEM ÎMPREUNĂ: COMUNITĂȚILE ÎN CARE ACTIVĂM 74

- Inițiativele noastre cheie 77
- Parteneriate pentru mediul înconjurător 78
- Sport & activitate fizică 80
- Obezitate 80
- Dezvoltarea tinerilor 81
- Ajutor în cazuri de forță majoră 81
- Parteneriatul Dorna cu Salvați Copiii 81
- Programele noastre 83



6. PIAȚĂ: CALITATE, INFORMAȚIE, SUSȚINERE 84

- Băuturi de înaltă calitate 86
- Sănătatea consumatorilor 87
- Varietatea băuturilor răcoritoare 87
- Informații nutriționale 87
- Stil de viață activ 87
- Relevanță pentru consumator 87



7. RESPONSABILITATE ÎN COMUNICARE 88

- Centrul telefonic de asistență a consumatorilor 90
- Asistență pentru clienți 91
- Satisfacția consumatorilor 91
- Strategia de marketing responsabil 92
- Etichetarea produselor și serviciilor 92
- Lanțul de aprovizionare 93
- Furnizori locali 94



8. ANGAJAMENTELE & OBIECTIVELE NOASTRE 96

Tabel Index GRI 100
Addenda 102
Despre raport 104



1

INTRODUCERE & INFORMAȚII GENERALE





JAAK MIKKEL

Director General CCHBC România

Dragă cititorule,

Suntem fericiți să continuăm dialogul cu tine, de această dată prin intermediul celui de-al treilea raport de sustenabilitate elaborat de compania noastră. Pe măsură ce consolidăm relația cu stakeholderii noștri, vrem să subliniem angajamentul nostru de a le depăși așteptările.

Analizăm constant oportunitățile de a ne extinde portofoliul de produse pentru a oferi consumatorilor o gamă diversă de produse de calitate. Însă scopul nostru depășește aria produselor și a serviciilor excelente. Scopul nostru este să aducem inovație în procesele de producție, în lanțul de distribuție și aprovizionare și în strategia de business, să investim constant în talente noi și să găsim constant modalități prin care să dezvoltăm abilitățile profesionale ale angajaților noștri.

Când Coca-Cola HBC România s-a alăturat inițiativei UN Global Compact România, ne-am angajat să susținem cele zece principii referitoare la drepturile omului, la condițiile de muncă, la normele de mediu și de anticorupție. Acest angajament ne determină să analizăm atât impactul pe care îl avem ca business asupra întregului lanț de aprovizionare și distribuție, cât și oportunitățile de îmbunătățire a practicilor

Declarația Directorului General

noastre. Cea mai mare provocare este să privim dincolo de managementul de zi cu zi și să demonstrăm leadership sustenabil.

Sunt câteva elemente cheie pe care le urmărim în procesul nostru de explorare a sustenabilității: optimizarea condițiilor de depozitare, transportul și distribuția produselor finite și sistemele de ambalare.

Impactul nostru asupra mediului înconjurător, în special în domenii precum apa, energia, emisiile, ambalajele și deșeurile, este în topul listei noastre de priorități și este un aspect esențial în procesul decizional privind reducerea amprente ecologice și lupta împotriva încălzirii globale.

În același timp, ne concentrăm pe îmbunătățirea și pe creșterea avantajului nostru competitiv cel mai de preț: oamenii noștri excepționali. Le oferim un mediu de lucru sigur, etic, corect și echitabil, cultivăm un ecosistem al echipelor, accelerat de creativitate, inovație și dezvoltare continuă. Angajații noștri se bucură de beneficii unice oferite de angajatorul aflat pe primul loc în domeniul FMCG și printre primii zece în clasamentele celor mai doriți angajatori din toate industriile.

Furnizorii și partenerii noștri sunt parte integrantă a experienței pe care o oferim. De asemenea, comunitățile locale sunt mereu în centrul abordării noastre sustenabile, peste 700 de angajați voluntari fiind anual implicați în activitățile noastre de profil.

În calitatea noastră de lider al pieței, trebuie să punctăm angajamentul nostru de participare în discuțiile publice legate de taxa zahărului, de etichetare și de sprijin pentru transpunerea în legislația națională a unor directive europene precum cea referitoare la economia circulară.

Progresele pe care le-am făcut în câteva domenii cheie demonstrează că suntem pregătiți să ne îmbunătățim performanțele și să creștem încrederea stakeholderilor noștri.

În 2015, am redus semnificativ impactul nostru asupra mediului prin scăderea cantității de apă necesare în producția băuturilor noastre, prin scăderea consumului de energie și a emisiilor de carbon. De asemenea, am continuat să investim în oamenii noștri și le-am comunicat și partenerilor noștri cât de important este să facă același lucru, incluzând clauze referitoare la protecția mediului și la condițiile de muncă în contractele cu furnizorii noștri.

Te invit să citești realizările noastre din 2015, pentru a avea o imagine asupra progreselor noastre.

Mai avem un drum lung de parcurs. Dar acum știm că trebuie să muncim mai mult, să gândim în avans și să construim parteneriate puternice. Știm cu toții că suntem ceea ce lăsam după noi și că trebuie să acționăm în consecință. Asta face din Coca-Cola HBC România o companie unică, pentru care să îți dorești să lucrezi, un partener de încredere și un membru solid al comunității, un îmbuteliator competitiv, un brand recunoscut și o companie care aduce valoare economiei României.

Cifrele anului 2015

MEDIU

Reducerea consumului de energie

până la 0,45 MJ pentru fiecare litru de produs finit.

Am redus consumul de apă pentru fiecare produs finit până la

1,93 L/L.

AM ATINS ȚINTELE PROPUSE PENTRU CONSUMUL DE ENERGIE, DE APĂ ȘI DE RECICLARE A DEȘEURILOR SOLIDE.

Ambalajele noastre conțin

material reciclat.

AM ELIMINAT ULEIUL GREU DIN OPERAȚIUNILE NOASTRE.

Toate fabricile noastre sunt certificate conform standardului **EUROPEAN WATER STEWARDSHIP.**



Rata de recuperare a apei a crescut cu

0,5%.

DEȘEURILE SOLIDE RECICLATE VÂNDUTE ÎN ECONOMIE AU AJUNS LA **88,22%.**



50%

din electricitatea folosită la fabricile de la Timișoara și Poiana Negrii provine din surse regenerabile prin furnizori.

INSTALAȚIA DE RECUPERARE A APEI PENTRU SISTEMELE DE RĂCIRE ESTE FUNCȚIONALĂ LA CENTRALA DE COGENERARE DIN FABRICA DE LA PLOIEȘTI.

Am început implementarea proiectului pentru re folosirea apelor uzate.

Inovația noastră în **ambalajele PlantBottle TM**

a fost extinsă și la sticla de apă Dorna de 2 litri.

E misiile de CO₂ generate de domeniile de aplicare 1 și 2 au scăzut cu

5,32% comparativ cu 2014.

COMUNITĂȚI LOCALE

700

de angajați au participat ca voluntari în proiectele noastre.

AM INTRODUS: ȘCOALA DE MERS PE MUNTE PENTRU EDUCAREA PRIVIND TURISMUL RESPONSABIL ȘI METODE DE EXPLORARE A MUNTELUI ÎN SIGURANȚĂ

În total,

50.566

de persoane au participat la proiectele și evenimentele noastre sportive: **URBATHLON, SETS EPODE, SGIM EPODE.**

1.946 studenți și 67 profesori

au fost prezenți în vizite la **Fabrica de Ferice** (vizite la fabrica Coca-Cola de la Ploiești).

Happy Moves,

susținut de Compania Coca-Cola și de Coca-Cola HBC, a atras

29.801

de participanți.

66.500

de copaci au fost plantați

8.500

de persoane au participat în proiectele noastre sociale și de mediu.



ANGAJAȚII NOȘTRI

1.471 angajați.

Salariul minim la angajare

este de **1,86**

de ori mai mare decât salariul local minim.

50%

din echipa de conducere este reprezentată de femei.

100%

din angajați participă la programe de training.



106 ANGAJAȚI AU PRIMIT PREMIUL RECOGNITION@ COKE.

Toți angajații primesc suport pentru realizarea unui **plan de dezvoltare profesională.**

NUMĂRUL MEDIU DE ORE DE TRAINING PER ANGAJAT A CRESCUT CU 17% FAȚĂ DE 2014 (MEDIA ESTE DE 28 DE ORE PER ANGAJAT)

PIAȚĂ

Serviciul nostru infoline este disponibil în

peste 99% din cazuri.



AM EXTINS SERVICIUL DE CUSTOMER CARE CĂTRE TOATĂ REȚEAUA NOASTRĂ DE DISTRIBUȚIE.

„Normele pentru furnizori”

reprezintă acum o anexă la toate contractele noastre, fiind semnată de **PESTE 90% DINTRE FURNIZORII NOȘTRI.**

BUSINESS

Portofoliu îmbogățit de produse.

Zero incidente de:

- neconformitate cu normele de sănătate și siguranță;
- neconformitate cu legile și normele privind informațiile despre produse, etichetare și siguranța impactului produselor;
- neconformitate cu principiile comunicării responsabile privind corupția;
- comportament anti-competitiv.

COMPANIA SE AFLĂ ÎN TOP 10 AL CELOR MAI DORIȚI ANGAJATORI.

700.000 €

investiții comunitare.

Premii:

Best Support Center și **Best Tele Sales Department.**

COMPANIA A DEVENIT MEMBRU AL UN GLOBAL COMPACT.

Despre Coca-Cola HBC

Conducem și gestionăm Coca-Cola HBC după o structură care grupează ariile geografice de interes astfel: piețe în curs de dezvoltare, piețe dezvoltate și piețe mature. Această structură are la bază o serie de criterii, care include similarități socio-economice, PIB-ul și consumul de băuturi răcoritoare raportat la numărul de locuitori, precum și gradul de maturitate a pieței băuturilor.

Piețe dezvoltate:

Croația, Cehia, Estonia, Letonia, Lituania, Ungaria, Polonia, Slovacia și Slovenia

Piețe în curs de dezvoltare:

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

Piețe mature:

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

VÂNZĂRILE PE PIEȚE ÎN CURS DE DEZVOLTARE (2015)

35% Federația Rusă

22% Nigeria

14% România

8% Serbia & Muntenegru

8% Ucraina

5% Bulgaria

4% Belarus

2% Bosnia & Herțegovina

1% Armenia

1% Moldova

VÂNZĂRILE PER CATEGORII DE PIEȚE

volum



30%

Piețe mature

19%

Piețe dezvoltate

51%

Piețe în curs de dezvoltare

VENITURILE NETE DIN VÂNZĂRI PER CATEGORII DE PIEȚE

milioane €



39%

Piețe mature

17%

Piețe dezvoltate

44%

Piețe în curs de dezvoltare

EBIT - COMPARAȚIE ÎN FUNCȚIE DE PIEȚE

milioane €



42%

Piețe mature

21%

Piețe dezvoltate

37%

Piețe în curs de dezvoltare

PROFIL COCA-COLA HBC ROMÂNIA

S.C. Coca-Cola HBC România este liderul industriei de băuturi non-alcoolice din România. Compania face parte din Grupul Coca-Cola HBC - al doilea cel mai mare îmbutelietor al Companiei Coca-Cola, conform volumelor nete vândute, cu vânzări globale de peste 2 miliarde de unit case-uri anual.

594 mil.

clienți pe trei continente

2 mld.

unit case-uri vândute în 2015

6.346 mil. €

veniturile nete din vânzări în 2015

Despre Coca-Cola HBC România

Coca-Cola HBC România este cel mai mare îmbuteliator de băuturi răcoritoare de pe piața locală. Deținem trei fabrici de îmbuteliere pe teritoriul României - în Ploiești, Timișoara și Poiana Negrii. Fabricile noastre sunt clienți foarte importanți pe piața locală pentru produse precum zahăr, sticlă, etichete, materiale de marketing și servicii și joacă un rol bine definit în comunitățile locale.

1991

Coca-Cola HBC România și-a început activitatea în România în 1991 și de atunci operează pe piață în baza unui sistem care include producția și distribuția unei game largi de produse îmbutelierte în **trei fabrici localizate în Ploiești, Timișoara și Poiana Negrii.**

Coca-Cola HBC operează în Ploiești și Timișoara încă din 1995. Fabrica din Timișoara are linii de îmbuteliere multiple pentru produsele carbonatate și necarbonatate, precum și o linie aseptică pentru băuturile răcoritoare Nestea.

Timișoara

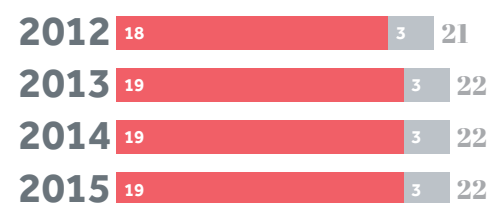
36.362 numărul de angajați ai Grupului Coca-Cola HBC

1.471 numărul de angajați ai CCHBC România

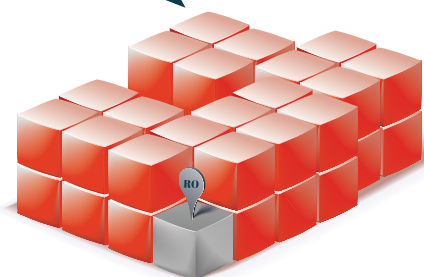


CENTRELE DE DISTRIBUȚIE

Coca-Cola HBC România își desfășoară activitatea prin cele 22 de centre de distribuție din țară, amplasate strategic pentru a realiza livrarea eficientă a produselor la nivel național.



Centre de distribuție
număr de depozite
depozite aferente fabricilor



2.055
mil. UC (unit case-uri)

Vânzările Grupului Coca-Cola HBC în funcție de volume

153,93
mil. UC

Vânzările Coca-Cola HBC România în funcție de volume

În fabrica din Poiana Negrii sunt îmbutelierte exclusiv apele minerale naturale Dorna, Dorna Izvorul Alb și Poiana Negri, direct de la sursă. Sursele de ape minerale naturale sunt situate într-un ecosistem bine protejat împotriva poluării industriale sau scurgerii de produse chimice agricole. Sursele de apă sunt localizate în inima Carpaților, în mijlocul platoului Dornelor, la aproape 10 kilometri de Vatra Dornei.

Ca parte a promisiunilor noastre privind mediul înconjurător, **ne propunem ca până în anul 2020 să reducem consumul de apă per litru de produs finit cu până la 26,7% față de 2014.**

Poiana Negrii

ÎN ROMÂNIA, SISTEMUL COCA-COLA ESTE COMPUS DIN COCA-COLA ROMÂNIA, SUBSIDIARĂ A THE COCA-COLA COMPANY, ȘI COCA-COLA HBC ROMÂNIA. COCA-COLA ROMÂNIA ESTE RESPONSABILĂ DE STRATEGIA DE MARKETING, DE ACTIVITATEA DE RELAȚII PUBLICE, DE CERCETAREA DE PIAȚĂ, DE PROMOVARE ȘI DE PUBLICITATE.

COCA-COLA HBC ROMÂNIA ESTE RESPONSABILĂ DE ACHIZIȚIA CONCENTRATULUI, A BAZELOR PRODUSELOR ȘI A SIROPULUI PENTRU PRODUCȚIA BĂUTURILOR ÎN CONFORMITATE CU PREVEDERILE FRANCIZEI, DE PUNEREA LA VÂNZARE A PRODUSELOR, DE PUBLIC AFFAIRS, KEY ACCOUNT MANAGEMENT, DE IMPLEMENTAREA STRATEGIEI DE PROMOVARE ȘI DISTRIBUȚIA PRODUSELOR.

Un studiu al companiei de cercetare Nielsen despre piața băuturilor nonalcoolice din România în perioada ianuarie-decembrie 2015 arată că produsele Coca-Cola HBC au o cotă

23% în termeni de volume
35% în termeni de valoare
de piață de
vândute și de
a vânzărilor.

Toate cele trei fabrici ale Coca-Cola HBC din România dețin **European Water Stewardship Medal**, cea mai importantă distincție pe care o pot obține companiile care doresc să atingă performanțe legate de consumul sustenabil de apă. În cadrul Sistemului Coca-Cola, cele trei fabrici Coca-Cola HBC din România sunt printre primele care au primit această distincție, fabrica de la Poiana Negrii fiind prima fabrică de apă din lume care a obținut EWS Medal, în septembrie 2014.

Ploiești

Fabrica din Ploiești este cea mai mare fabrică a companiei din Sud Estul Europei.

La Ploiești se află prima linie de producție aseptică din țară, lansată în octombrie 2013, unde producem Cappy Pulpy – produs inovator cu un conținut ridicat de pulpă de fruct. Am investit în această linie 22 de milioane de euro. Din 2009, în fabrica de la Ploiești funcționează o centrală de cogenerare eficientă din punct de vedere energetic, ca parte a unei inițiative ce are ca scop reducerea cu peste 20% a emisiilor anuale

de CO₂ la nivelul tuturor operațiunilor Grupului Coca-Cola HBC.

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 generată suplimentar este transmisă în rețeaua locală, furnizând energie comunității din Ploiești. Investiția s-a ridicat la 16 milioane euro.

O altă caracteristică a fabricii din Ploiești este noul mega 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.



Nielsen Retail Audit Service, Ianuarie-December 2015, Băuturi Nonalcoolice (conform clasificării Coca-Cola), Total România (Copyright © 2016, The Nielsen Company.)

Mărcile & produsele noastre

UN PORTOFOLIU DE BRANDURI INTERNAȚIONALE

În România, oferim o gamă variată de produse de cea mai înaltă calitate, care include trei dintre cele mai bine vândute branduri la nivel internațional: Coca-Cola, Fanta și Sprite. Portofoliul Coca-Cola HBC România este organizat pe categorii și clasificat în funcție de mărci. Fiecare categorie are propria viziune de abordare a pieței, dar toate categoriile se bazează pe produse ușor de recunoscut, pe o strategie de branding internațional și pe o poziționare locală solidă.

Băuturi carbogazoase

Categoria de băuturi carbogazoase este un segment important al portofoliului nostru și include produsele noastre tradiționale Coca-Cola, Fanta, Sprite și Schweppes. Ne propunem să oferim o gamă

largă de produse, inclusiv produse cu conținut scăzut de zahăr și fără zahăr într-o gamă tot mai mare de ambalaje concepute pentru a se potrivi diferitelor stiluri de viață și nevoilor consumatorilor noștri. Băuturile carbogazoase conțin dioxid de carbon, care dă senzația de „băutură revigorantă”. Dioxidul de carbon este un ingredient sigur, natural, inodor și incolor, și este frecvent utilizat în industria alimentară.

Băuturi necarbogazoase

Gama largă de băuturi necarbogazoase din portofoliul nostru constă în principal din suc cu pulpă și/sau bucăți de fructe, concentrat de fructe și extract de ceai. Coca-Cola HBC România produce și comercializează mai multe mărci de băuturi necarbogazoase, inclusiv Cappy Pulpy și Nestea.

Apă minerală naturală

Portofoliul nostru include atât apă minerală carbogazoasă, cât și apă minerală naturală plată sub marca Dorna Izvorul Alb, Dorna și Poiana Negri, toate provenind din izvoare subterane și îmbuteliate la fabrica din Poiana Negrii. Apa este extrasă din regiunea protejată Vatra Dornei și este îmbuteliată cu mare grijă pentru a-i păstra puritatea.

Canalele noastre de piață includ: Hipermarketuri, Supermarketuri, Cash & Carry, Magazinele de discount, magazinele de proximitate și chioșcurile. Alte canale: BTR (Bar, Terasă, Restaurant), QSR (Fast-Food), HORECA (Hoteluri, Restaurante, Cafenele).

Sucuri & nectaruri de fructe

Brandurile incluse în această categorie sunt: Cappy Nectar, Cappy Apple, Cappy Tomato, Cappy Orange, Cappy Orange 100% și alte arome Cappy 100%. Cu un conținut de fruct situat între 50% și 100% din băutura răcoritoare, acestea satisfac gusturile celor mai exigenți consumatori.

Băuturi energizante & cafea instant

Această categorie include brandurile Burn, Monster Energy și illy issimo, băuturi al căror grup țintă este compus din persoane care au un stil de viață dinamic și care au nevoie de pauze energizante.

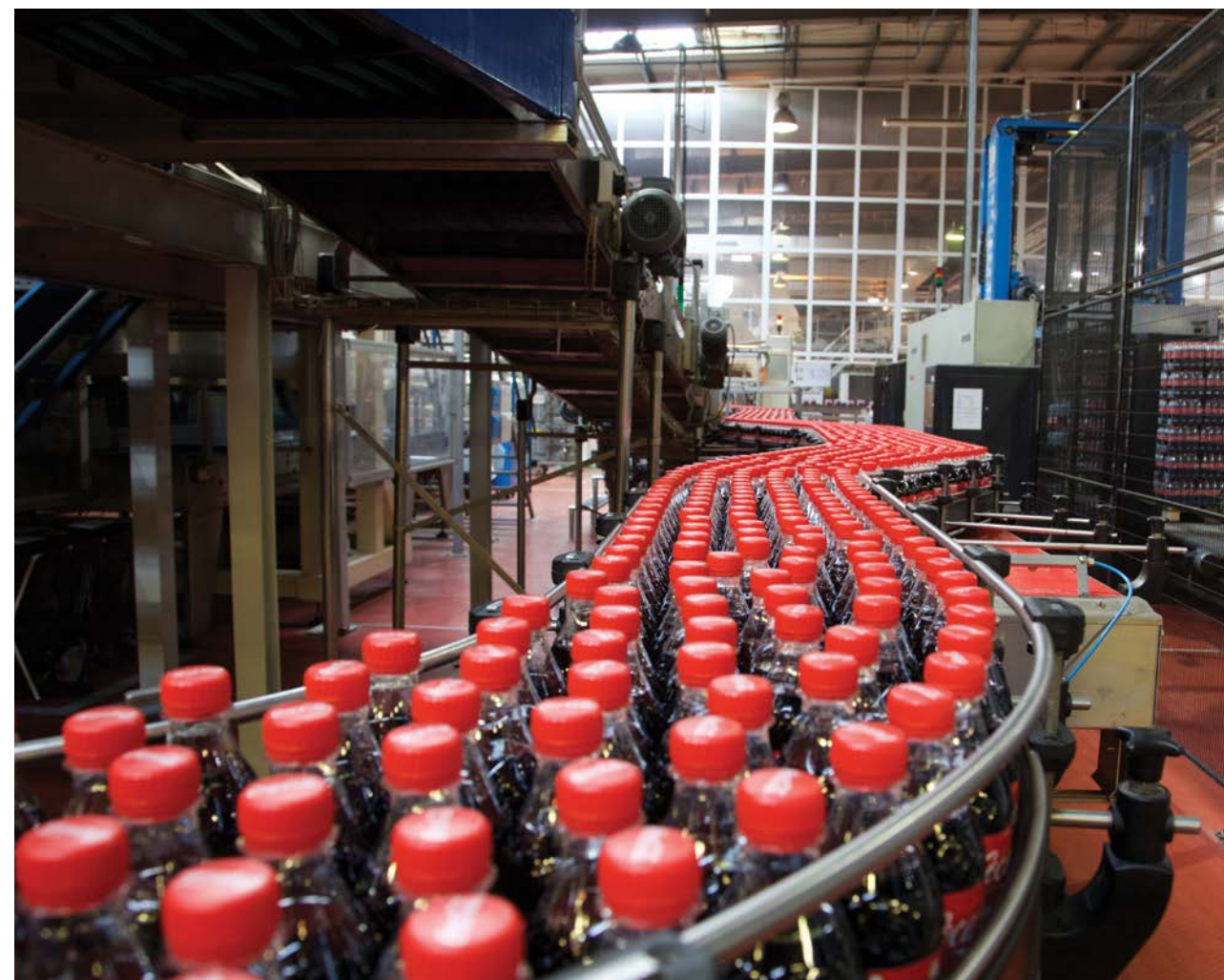
Impactul financiar & valoric

Prezența noastră puternică în piață și diversitatea portofoliului sunt posibile prin activitatea unei forțe precise de logistică și prin rezultate financiare susținute care generează un impact pe măsură în economia locală.



Performanța economică a Coca-Cola HBC România în perioada de raportare - anul 2015 (milioane €)

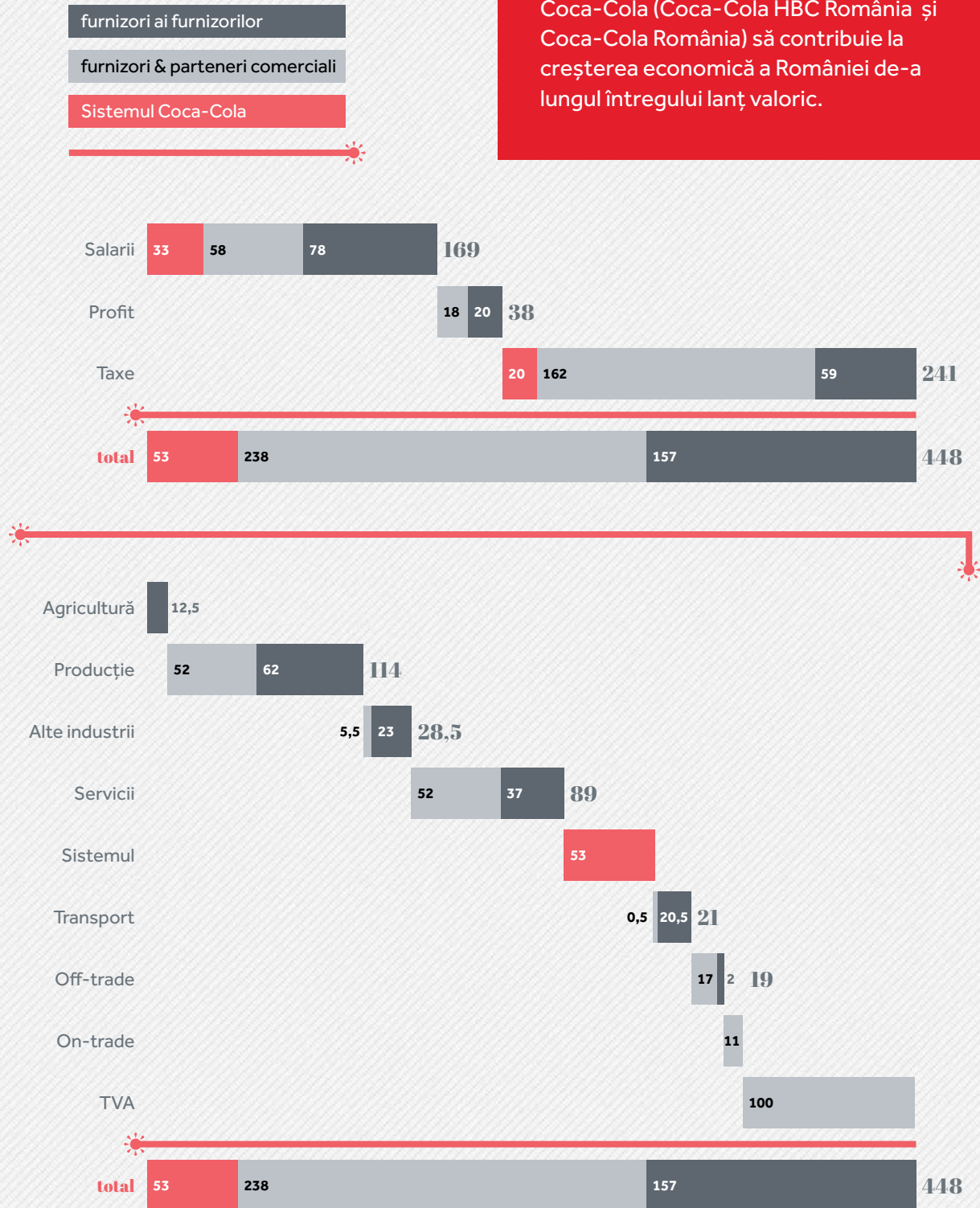
* Datele referitoare la 2014 au fost publicate conform cu standardul IFRS și sunt conforme cu cele publicate în raportul financiar. Pentru a evita orice confuzii nu am inclus și datele din 2012 și 2013, care sunt disponibile în raportul de sustenabilitate pentru perioada respectivă.



IMPACTUL VALORIC

Producție. Ambalare. Promovare. Livrare.

Cele 4 axe care stau în centrul activității noastre sunt esențiale pentru ca Sistemul Coca-Cola (Coca-Cola HBC România și Coca-Cola România) să contribuie la creșterea economică a României de-a lungul întregului lanț valoric.



*Milioane de euro generate de Sistemul Coca-Cola în economia României.

Principalele efecte economice generate, pe baza datelor din anul fiscal 2015:

Valoarea directă adusă de Sistemul Coca-Cola în economia românească este de 53 de milioane € (0,8% din PIB-ul sectorului alimentar și de băuturi), în timp ce valoarea adăugată este estimată la 448 milioane € (sau 0,3% din PIB-ul total).

Prin urmare, fiecare euro adus în economie de către Coca-Cola generează alți 7,5 € ca valoare adăugată.

Sistemul Coca-Cola a plătit 20 de milioane de euro în taxe către STATUL ROMÂN, însă cuantumul taxelor generat de

existența Coca-Cola pe piață are o valoare estimată de 241 milioane de € (sau 0,8% din veniturile totale încasate în România din taxe).

Aproximativ 1.500 de oameni muncesc în Sistemul Coca-Cola, însă numărul locurilor de muncă dezvoltate adiacent ajunge la 19.900 în întreaga economie românească (sau 0,3% din totalul forței de muncă românești). **FIECARE LOC DE MUNCĂ DIN SISTEMUL COCA-COLA SUSȚINE ALTE 12 LOCURI DE MUNCĂ ÎN ECONOMIA ROMÂNIEI.**

În general, impactul Sistemului Coca-Cola a crescut cu 5%,

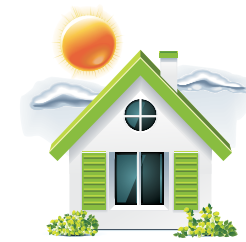
în ceea ce privește valoarea adăugată, și cu 21% în ceea ce privește locurile de muncă, începând cu 2013. Unul dintre factorii cheie pentru aceste modificări este creșterea consumului de băuturi răcoritoare Coca-Cola din România, în special ca urmare a scăderii cotei TVA în luna iunie 2015.

*Datele se bazează pe Studiul de impact socio-economic al Sistemului Coca-Cola din România realizat de Steward Redqueen (anul fiscal 2015). Calculele efectelor economice se bazează pe așa-numita metodologie „input-output”, care a fost dezvoltată de economistul Wassily Leontief, câștigătorul Premiului Nobel pentru Economie, și este frecvent utilizată de economiști din întreaga lume pentru acest tip de analiză.

upstream

sistem

downstream



243 mil. €
surse locale

19.900 locuri de muncă

de-a lungul lanțului valoric

448 mil. €
venituri



169 mil. €

salarii

241 mil. €

taxe

38 mil. €
profituri



1 loc de muncă

în cadrul sistemului Coca-Cola generează

12 locuri de muncă
în România



2

**SUSTENABILITATE:
ABORDARE,
POLITICI,
CONSISTENȚĂ**



Coca-Cola HBC a fost un pionier în introducerea mecanismelor de susținere a sustenabilității. A fost o decizie la nivel de management care ne permite acum să lucrăm mai eficient și să implementăm viziunea strategică sustenabilă pentru a ne atinge obiectivele.

Totul începe cu valorile noastre. Modul cum ne desfășurăm activitatea respectă valorile care ne fac unici și modelează valoarea brandului nostru.

Administrare corporativă & etică

Coca-Cola HBC România este condusă de o echipă de manageri seniori. Echipa este la rândul ei condusă de Directorul General, care coordonează toate procesele decizionale în cadrul companiei.



Principalul organism de conducere este format din membrii Echipei de Management Superior, care sunt toți membri executivi. Nu avem un Consiliu de Administrație sau Administratori, iar societatea are un administrator unic, numit în mod direct de către acționarii Societății.

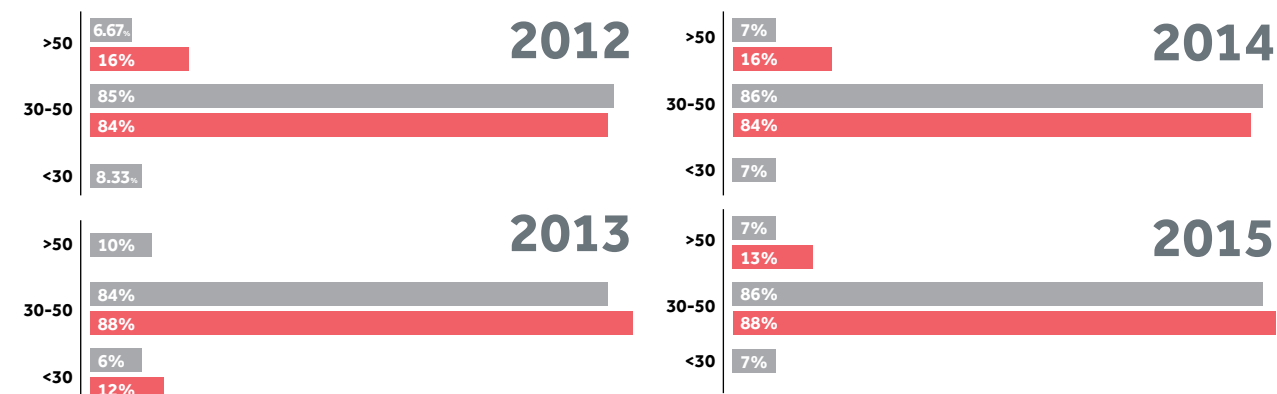
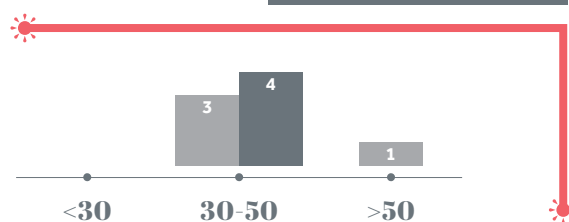
Calitatea de membru al Echipei de Management Superior nu s-a schimbat din anul 2014. Membrii comitetului administrativ pentru anul 2015 au fost:

1. General Manager România
2. Marketing & Business Development Manager
3. Chief Financial Officer
4. Public Affairs & Communication Manager
5. Legal Manager
6. HR Manager
7. Commercial Manager
8. Country Supply Chain Service Manager

Echipa de management superior

bărbați

femei



Structura echipelor de management după vârstă

Echipa de Management Superior

Echipa de Management Mediu

În 2015, acționarul minoritar Dan Iulian Timotin a transferat capitalul social lui Dragoș Ion Aurelian, care deține în prezent 0,000022% din acțiunile companiei.

EGALITATE ȘI DIVERSITATE

RESPONSABILITĂȚILE ECHIPEI DE MANAGEMENT SUPERIOR INCLUD:

- Analizează anual și execută planuri de afaceri pentru fiecare departament, pe baza evaluării riscurilor și impactului asupra aspectelor economice, de mediu, sociale, de sănătate și securitate în muncă.
- Încorporează obiective și indicatori specifici sociali și de mediu în sistemul de evaluare a performanței.
- Sprijină cele 10 principii ale UN Global Compact privind drepturile omului, munca, mediul și anti-corupția.
- Poziționează principiile UN Global Compact în companie, pentru ca acestea să ajungă să facă parte din strategie, cultură și operațiunile zilnice.

PROCESELE DECIZIONALE SUNT INTEGRATE ÎN ACTIVITĂȚILE NOASTRE OPERAȚIONALE ÎN ROMÂNIA, PRIN MĂSURILE LUATE ÎN MOD CONSISTENT:

- Evaluăm riscul și impactul asupra aspectelor economice, de mediu, sociale, de sănătate și de securitate pentru a actualiza planurile de afaceri ale fabricilor noastre, în fiecare an.
- Creăm structuri pentru a extinde strategiile de dezvoltare durabilă de la nivel de management la nivel operațional și conform performanțelor noastre de mediu, sociale și economice.

- Încorporăm măsuri RSC (responsabilitate socială corporativă) specifice în sistemul de evaluare a performanțelor.
- Evaluăm problemele referitoare la corupție în conformitate cu „Codul de conduită” în afaceri și cu rezultatele auditului intern.
- Dezvoltăm parteneriatele naționale și internaționale, promovând responsabilitatea socială și dezvoltarea durabilă.

ÎN ECHIPA DE SMT SUNT 9 PERSOANE, DINTRE CARE 8 SUNT DE NAȚIONALITATE ROMÂNĂ.

Conduita în afaceri

Codul nostru de conduită în afaceri, politicile și procedurile noastre acoperă toate domeniile posibile ale funcționării unei afaceri, inclusiv toate etapele bunului finit: ambalarea și realizarea procesului, etapa de proiectare, dezvoltare, testare, producție, stocare, distribuție și comercializare. Politicile noastre sunt disponibile pe website-ul nostru și toate politicile, procedurile și sistemul nostru de valori sunt comunicate angajaților noștri, prin intermediul unor sesiuni formale și informale, această abordare fiind parte integrantă a modului nostru de lucru.

Nerespectarea Codului de conduită în afaceri sau a oricărei politici a companiei este tratată foarte serios și poate avea ca rezultat măsuri disciplinare. Managerii sunt încurajați să ajute angajații să comunice deschis și să abordeze orice aspecte relevante scopului.

Standardele internaționale de certificare sprijină mecanismele noastre interne, oferă credibilitate sistemului nostru și sporesc încrederea consumatorilor în produsele noastre. Coca-Cola HBC România urmează și respectă:

- ISO 9001:2008 - Calitate
- ISO 14001:2005 - Mediu
- OHSAS 18001:2008 - Sănătate și Securitate Ocupațională
- FSSC 22000 care include standardele ISO 22000: 2005, ISO/TS 22002: 2009 și ISO/TS 22002-4: 2013 (doar pentru Fabrica de la Ploiești) - Siguranța alimentară
- Standardul european de Administrare a apei (EWS)

Codul nostru de conduită în afaceri ne ajută să menținem o cultură organizațională deschisă, echitabilă și onestă, să susținem integritatea și conduita etică și să urmărim cu succes o politică de toleranță zero față de corupție. Codul este conceput pentru a ajuta fiecare membru al companiei noastre să fie la înălțimea valorilor care fac din Coca-Cola HBC una dintre cele mai de succes și respectate organizații din lume. Acesta oferă îndrumări cu privire la ceea ce se așteaptă de la fiecare angajat și oferă direcție managerilor care sunt obligați să acționeze ca modele pentru subalterni, asigurând respectarea Codului de Conduită.

În plus față de controalele anuale de audit intern care analizează activitatea din întreaga companie, efectuăm cursuri anuale despre Codul de conduită în afaceri și anti-mită care se adresează tuturor. Am proiectat sesiuni anuale de formare anti-mită și e-learning pentru angajații din zonele de risc și linii directe pentru partenerii noștri de afaceri.

Politica anti-mită și Manualul de Conformitate precizează clar cerințele și procedurile noastre privind comportamentul pentru a asigura conformitatea cu legile anti-mită și anti-corupție aplicabile. Este necesar ca aceste documente să fie citite și semnate de către toți membrii

ÎN ANUL 2015, NU AU FOST RAPORTATE INCIDENTE DE CORUPȚIE, INCIDENTE DE COMPORTAMENT ANTICONCURENȚIAL SAU ACȚIUNI JURIDICE PENTRU PRACTICI DE COMPORTAMENT ANTICONCURENȚIAL, MONOPOL SAU ANTITRUST ALE COCA-COLA HBC ROMÂNIA. NU AM PRIMIT NICIO AMENDĂ SEMNIFICATIVĂ SAU SANȚIUNI NEMONETARE PENTRU NERESPECTAREA LEGILOR SAU REGLEMENTĂRILOR.

echipei de management superior, de către toți angajații și partenerii de afaceri. Suntem bucuroși să raportăm că nu există încălcări ale Codului de Conduită legate de corupție.

Strategia pentru dezvoltare durabilă

Play to Win este cadrul valorilor noastre fundamentale care ne formează și ne determină acțiunile, conturând viziunea pentru 2020 și pentru mai departe. Activitatea noastră respectă acest cadru strategic și este modul nostru de a ne asigura că valoarea adăugată pe care o creăm se multiplică. În centrul acestui cadru se află relația noastră cu părțile co-interesate, deoarece inițiativele noastre vizează satisfacerea nevoilor acestora, îmbunătățirea calității vieții și atingerea obiectivelor de bunăstare.

Dezvoltarea durabilă a fost întotdeauna o parte integrantă a strategiei noastre și a sistemului de valori. Cadrul nostru strategic *Play to Win* integrează angajamentul nostru pe termen lung față de sustenabilitate cu privire la asigurarea unui viitor sustenabil pentru noile generații. Prioritățile noastre vizează protecția mediului înconjurător, dezvoltarea tinerilor, comunitățile locale și parteneriatele responsabile.

Implicarea părților co-interesate & materialitate

Călătoria noastră către sustenabilitate ne-a adus față în față cu grupurile de public care influențează și sunt influențate de activitățile noastre. Prioritatea noastră este de a le implica într-un mod semnificativ, care să aducă plus valoare. Fiecare grup de public este unic, cu așteptări care evoluează constant și care se adaptează la mediul dinamic în care ne desfășurăm activitatea.

Identificarea acestor grupuri și comunicarea cu ele este mai mult decât un exercițiu de comunicare: este un factor determinant pentru

succesul inițiativelor noastre și este modul nostru de a înțelege și rezolva potențialele lor probleme sau nevoi. Pentru raportul de sustenabilitate din 2015 ne-am angajat în abordarea unor teme identificate în procesul de materialitate, pentru care am adresat chestionare specifice tuturor stakeholderilor noștri: angajați, societate, consumatori, mass-media, ONG-uri, clienți și furnizori.

Această analiză ne-a ajutat să realizăm o prioritizare a aspectelor noastre materiale. De asemenea, am evaluat modul cum am rezolvat aspectele identificate în raportul anterior (2012-2014), dar și modul cum a fost primit acel raport și cum au fost percepute inițiativele sociale derulate. Acest prim exercițiu a fost un pilot pentru a începe să utilizăm raportul de sustenabilitate ca platformă de comunicare cu stakeholderii noștri. Ne propunem să aplicăm concluziile acestei practici în raportul nostru de anul viitor și să îmbunătățim procesul de raportare, făcându-l tot mai relevant pentru publicul nostru.

AȚI CITIT RAPORTUL PRIVIND RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ A COCA-COLA HBC ROMÂNIA PENTRU PERIOADA 2012-2014?



76,9% **DA**

23,1% **NU**

CUNOAȘTEȚI INIȚIATIVELE COMUNITARE ȘI SOCIALE PE CARE COCA-COLA HBC LE IMPLEMENTEAZĂ ÎN ROMÂNIA?



88,9% **DA**

8,3% **NU**

REZUMATUL
DIALOGULUI
CU PĂRȚILE
CO-INTERESATE
ȘI REZULTATELE
DIN 2015:

2.SUSTENABILITATE: ABORDARE, POLITICI, CONSISTENȚĂ

GRUPUL PĂRȚILOR CO-INTERESATE	CINE SUNT?	CUM INTERACȚIONĂM?	CÂT DE FRECVENT INTERACȚIONĂM?
GUVERN & AUTORITĂȚI & PARLAMENT	- Guvern - Parlament - Senat - Camera Deputaților - Instituții publice centrale și locale: Agenția Națională pentru Resurse Minerale, Inspectoratul pentru Situații de Urgență, Direcția de Sănătate Publică, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului, Agenția Națională de Administrare Fiscală, Inspekția de Stat pentru Controlul Cazanelor, Recipientelor sub Presiune și Instalații	- Întâlniri - Platforme pentru acțiuni comune - Inițiative legislative - Documente de poziție - Studii - Evenimente	- Participarea la audieri publice (pe baza proiectelor) și la evenimente - Sprijinirea inițiativelor locale sau centrale și/sau a evenimentelor publice - Participarea la ședințele recurente ale comitetelor - Parteneriatul cu agențiile guvernamentale în domenii cum ar fi administrarea apei, recuperarea ambalajelor, programe pentru un stil de viață sănătos.
AMBASADE	Ambasadele în România ale Statelor Unite ale Americii, Republicii Elene, Irlandei, Marii Britanii, Austriei, Elveției	Susținere pentru inițiativele legislative de mare impact	- Contact periodic pentru a ne menține informați despre situația proiectelor și progresul implementării - Când este necesar (pe bază de proiect)
ASOCIAȚII DE AFACERI ȘI SECTORIALE	- AmCham - FIC - ANBR - ROMALIMENTA - ARAM - SRDNBM - APEMIN	- Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante - Susținerea inițiativelor legislative de mare impact - Documente de poziție	- Participarea periodică în Comitete ale Asociațiilor, grupuri de lucru, consiliu de administrație (lunar sau când este necesar) - Ca urmare a actualizărilor relevante legate de teme de interes comun și pentru o informare corespunzătoare - Participarea cu alte părți interesate la evenimente publice și la întâlniri de lucru - Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri
MEDIA	- Canale media TV - Dezvoltatori de conținut media digital - Presă scrisă și posturi de radio - Social Media	- Interviuri - Conținut editorial - Articole - Întâlniri - Concursuri - Acțiuni de marketing - Evenimente	- Comunicare proactivă despre prioritățile companiei și răspunsul reactiv în situații de criză - Comunicare inițiativelor - Apărarea reputației companiei, sprijinirea obiectivelor comerciale și de marketing
ANGAJAȚI	1.471 angajați	- Comunicare internă - Întâlniri - Calendarele activităților RSC (responsabilitate socială corporativă) și sportive - Evenimente informale	- Cel puțin o interacțiune pe lună - Evenimente de voluntariat periodice
PARTENERI DE AFACERI	- Key Accounts - Furnizori strategici - SNAM - APA NOVA	- Întâlniri - Sesiuni de lucru - Evenimente	- Comunicare continuă (cel puțin de două ori pe lună și când este necesar) - Angajarea în inițiative pe termen mai lung (de ex. dezvoltarea capacităților furnizorului, crearea de valori comune cu clienții) - Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri - Inițiative pe termen lung pentru dezvoltarea capacităților furnizorilor
ORGANIZAȚII NON-GUVERNAMENTALE	- Junior Achievement - Hospice Casa Speranței - Asociația Viitor Plus - Școala de Valori - Salvați Copiii - Tășuleasa Social - Asociația Salvați Dunărea și Delta - Asociația Mai Mult Verde - WWF - Ecopolis	- Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante - Seminare - Întâlniri - Evenimente	- Evenimente/activități speciale - Sporturi și activități de voluntariat RSC (responsabilitate socială corporativă) conform planificării
LIDERI DE OPINIE CHEIE & EXPERTI ECONOMICI	- Experți economici - Analiști financiari	- Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante - Suportul experților în privința strategiei de sustenabilitate - Întâlniri - Documente de poziție - Studii	- Interacțiunea în contextul proiectelor - Angajarea în inițiative pe termen mai lung și complexe, cum ar fi analize de piață
CLIEȚI	- Cash&Carry - HORECA - Supermarketuri - Hipermarketuri - Magazine de discount - Magazine Locale & Tradiționale - Chioșcuri - BTR - QSR - Distribuitori	- Întâlniri - Sesiuni de lucru - Evenimente	- Interacțiune în cursul activității zilnice - Lucrul permanent cu retailerii și alți clienți în chestiuni de sustenabilitate - Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri - Inițiative pe termen lung pentru dezvoltarea capacităților furnizorilor
ORGANISME DE CERTIFICARE	- LRQA - LAREX - Control Union - SGS - Denkstadt	- Întâlniri - Audituri	Anual sau când este necesar
INVESTITORI	- Coca-Cola Company - Kertas Holding Grecia - Investitori din SUA și Marea Britanie - Coca-Cola HBC	- Întâlniri - Conferințe telefonice - Sesiuni de analiză - E-mail - Anunțuri speciale	- Întâlniri periodice - Raport anual și raport RSC (responsabilitate socială corporativă) - Contact cu toate nivelurile organizației
CONSUMATORI	Toți consumatorii produselor noastre	- Etichetele produselor - Platforma online - Publicații informative și rapoarte - Vizite la fabrică - Evenimente speciale - Activități RSC (responsabilitate socială corporativă)	Comunicare periodică și constantă

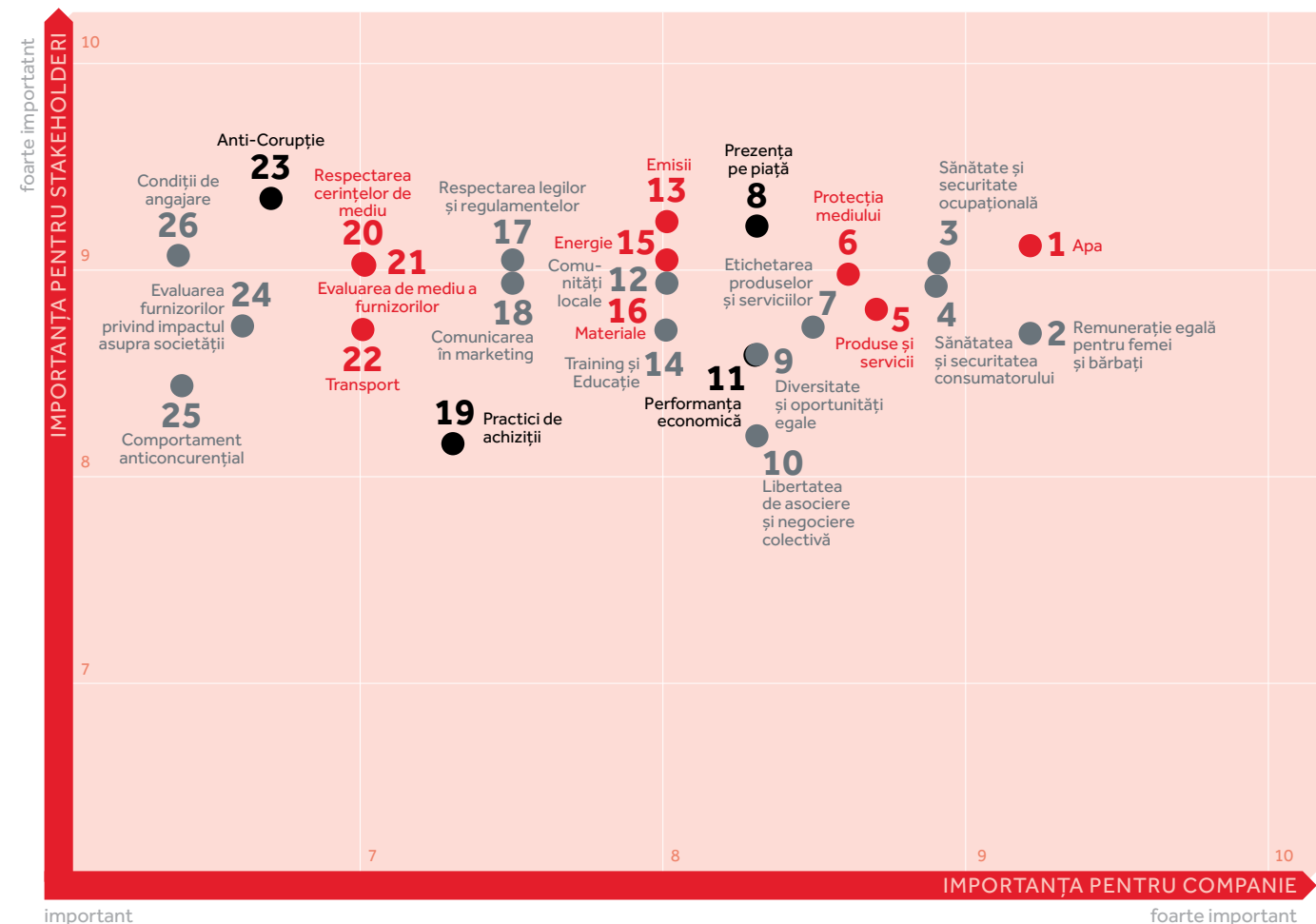
MATRICEA DE MATERIALITATE

Materialitatea este un subiect major în strategia noastră de sustenabilitate corporativă.

Realizarea matricei de sustenabilitate este cel mai important exercițiu de implicare a părților co-interesate, prin care acestea sunt întrebate punctual despre potențialele probleme sau aspecte pe care le consideră relevante în relația lor cu compania noastră. Ulterior, aceste aspecte reprezintă principalele subiecte pe care le tratăm în cadrul raportului de sustenabilitate.

Matricea prezintă rezultatele exercițiului de materialitate într-un mod concis. În reprezentarea grafică standard, sunt prezentate pe de o parte aspectele materiale ale companiei și, pe de altă parte, aspectele identificate de stakeholderi. În concluzie, rezultă o matrice care aduce pe ordinea de zi o serie de subiecte de mare importanță pentru companie și pentru strategia noastră de sustenabilitate.

În această etapă, ne concentrăm doar asupra aspectelor care sunt considerate foarte importante, atât pentru companie, cât și pentru părțile co-interesate.



ASPECTE DE MEDIU

- 1 • Apa
- 5 • Produse și servicii
- 6 • Protecția mediului
- 13 • Emisii
- 15 • Energie
- 16 • Materiale
- 20 • Respectarea cerințelor de mediu
- 21 • Evaluarea de mediu a furnizorilor
- 22 • Transport



ASPECTE ECONOMICE

- 8 • Prezența pe piață
- 11 • Performanța economică
- 19 • Practici de achiziții
- 23 • Anti-Corupție



ASPECTE SOCIALE

- 2 • Remunerație egală pentru femei și bărbați
- 3 • Sănătate și securitate ocupațională
- 4 • Sănătatea și securitatea consumatorului
- 7 • Etichetarea produselor și serviciilor
- 9 • Diversitate și oportunități egale
- 10 • Libertatea de asociere și negociere colectivă
- 12 • Comunități locale
- 14 • Training și educație
- 17 • Respectarea legilor și regulamentelor
- 18 • Comunicarea în marketing
- 24 • Evaluarea furnizorilor privind impactul asupra societății
- 25 • Comportament anticoncurențial
- 26 • Condițiile de angajare



Apartenență & premii

Apartenența la organizațiile și asociațiile în care suntem membri demonstrează poziția noastră cu privire la ceea ce considerăm important pentru compania noastră. Calitatea noastră de membru în asociații ale industriei și în organisme reprezentative pentru mediul de business din România arată dedicarea noastră față de practicile sustenabile.

- ☀ **APEMIN** – Asociația Apelor Minerale
- ☀ **ARAM** – Asociația Română pentru Ambalaje și Mediu
- ☀ **ANBR** – Asociația Națională a Producătorilor de Băuturi Răcoritoare
- ☀ **ECOROM AMBALAJE**
- ☀ **AMCHAM** – Camera de Comerț Româno-Americană
- ☀ **CONSILIUL INVESTITORILOR STRĂINI**
- ☀ **ROMALIMENTA** – Federația de Alimente & Băuturi

Premiile nu constituie scopul activității și efortului nostru. Cu toate acestea, calitatea muncii noastre, angajamentul demonstrat de oamenii noștri și dedicarea cu care ducem lucrurile la bun sfârșit sunt adesea recompensate și recunoscute. Premiile sunt confirmări externe care ne ajută să continuăm îmbunătățirea și punerea în aplicare a strategiei și a programelor noastre în beneficiul comunităților locale.

THE AZORES

COMPANIE DE CONSULTANȚĂ INDEPENDENTĂ

Coca-Cola HBC România a fost recunoscută ca fiind **Cea mai responsabilă companie din România**, într-o analiză complexă - *Indicele CSR în România în 2015*. Am realizat un scor de 87,14%, cel mai mare scor din Top 100 de companii, în sectoarele din România. Indicele este o premieră pentru România și criteriile s-au bazat pe Directiva Europeană 2014/95, Standardul de raportare GRI G4 și Indicele de sustenabilitate Dow Jones.

COMPETIȚIA ROMANIAN CONTACT CENTER AWARDS

Departamentul nostru de asistență pentru clienți a câștigat **Premiul pentru cel mai bun departament de Tele Sales** în finala competiției, pentru secțiunea *Best Tele Sales Department*. De asemenea, s-a calificat în secțiunea pentru *Best Support Center*.

CATALYST SOLUTIONS

COMPANIE DE RECRUTARE

Coca-Cola HBC România a fost recunoscută ca **Angajator preferat în industria bunurilor de larg consum din România** și a fost, de asemenea, printre primii 10 angajatori preferați, potrivit studiului din 2015 **Cei mai căutați angajatori**.

PREMIUL PIAȚA

Premiu pentru serviciul nostru de asistență clienți, incluzând **Premiul Piața pentru cel mai bun furnizor din industria Bunurilor de larg consum (FMCG)**, din România, timp de cinci ani la rând.

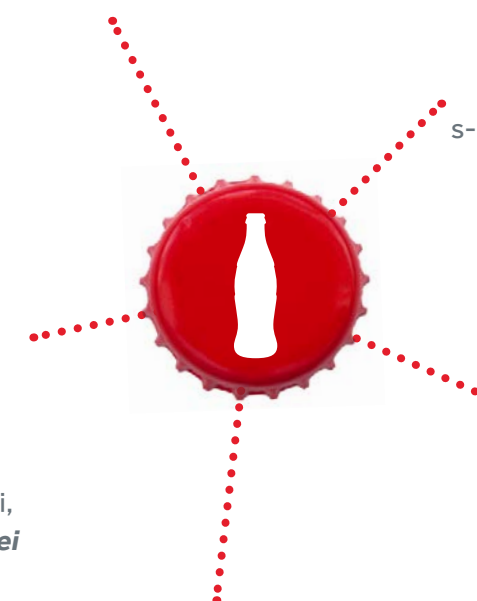
PREMIILE PIAȚA

Cele mai eficiente campanii de băuturi nonalcoolice – Hai să mâncăm împreună!

Cel mai puternic brand din industria băuturilor nonalcoolice – Coca-Cola

Cel mai bun produs dintre băuturile nonalcoolice – Cappy Pulpy Peach

Cel mai bun partener – Mențiunea 1





3

DESPRE OAMENI:
DEZVOLTARE,
ÎNCREDERE, VIITOR



Oamenii sunt avantajul nostru cel mai preț.

Echipa noastră este formată din 1.471 de angajați, care lucrează în cele trei fabrici de îmbuteliere (Ploiești, Timișoara și Poiana Negrii), în sediul central din Voluntari, precum și în alte birouri și centre de distribuție din întreaga țară. Afacerea noastră se poate dezvolta numai atunci când abilitățile echipei noastre cresc și ne angajăm să contribuim la dezvoltarea profesională a fiecărui membru al echipei, ca parte a strategiei noastre pe termen lung. Investim în talentele, expertiza, pasiunea și angajamentul angajaților noștri și dorim să le oferim o carieră plină de satisfacții, oportunități de dezvoltare excelente și o cultură organizațională sigură, echitabilă și favorabilă incluziunii. Cu această abordare ne putem adapta constant la un mediu în continuă schimbare.



Suntem dinamici, încrezători și, cel mai important, suntem pasionați de ceea ce facem.

Play to Win este modul nostru de a gândi și de a face lucrurile. Noi credem în lucrul bine făcut la orice nivel și această responsabilitate, alături de curajul și excelența în execuție, reprezintă cheia succesului nostru.

În 2015, Coca-Cola HBC România a fost desemnată angajator de top în industria bunurilor de larg consum, în conformitate cu studiul *Cei mai doriți Angajatori ai anului 2015* realizat de compania de recrutare Catalyst Solutions, și plasată printre primii 10 Angajatori preferați din toate industriile.

Suntem deschiși la provocări și încrezători în valori precum munca în echipă, evaluarea onestă și dezvoltarea personală.

Cele mai importante 3 principii dezvoltate în favoarea angajaților sunt:

- * Leadership inspirațional
- * Succesiune & viitori lideri
- * Atragerea noilor talente

Lucrul de acasă & ore de lucru flexibile

Suntem mândri că suntem printre primele companii de pe piața locală care au implementat programul *work-life balance*, în România.

Recunoaștem importanța realizării unui echilibru între muncă și viața personală, astfel că, în 2013, am introdus acest program, care dă posibilitatea angajaților noștri de a lucra de acasă și de a avea un program flexibil.

Angajații noștri pot lucra de acasă o zi pe săptămână.

368 angajați
au beneficiat de programul *work-life balance*

Programul de lucru flexibil oferă angajaților opțiunea de a începe și termina lucrul la diferite ore, comparativ cu orele de lucru standard.

Cu toții lucrăm același număr de ore, dar această practică oferă angajaților noștri libertatea de a-și gestiona responsabilitățile, realizând un echilibru mai bun între viața profesională și personală.

Angajații eligibili sunt cei pentru care natura muncii și responsabilitățile permit acest tip de abordare și, până acum, toți beneficiarii au fost de la sediul central.

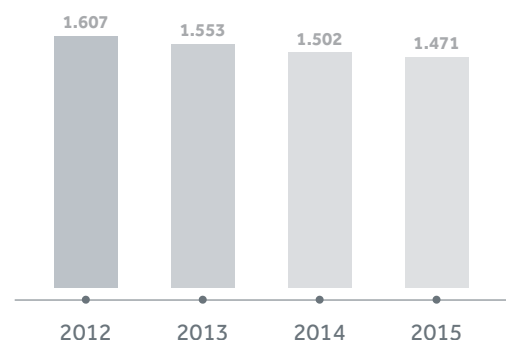
Condiții de angajare

ANGAJAȚII NOȘTRI SUNT ELEMENTUL CHEIE AL SUCCESULUI NOSTRU.

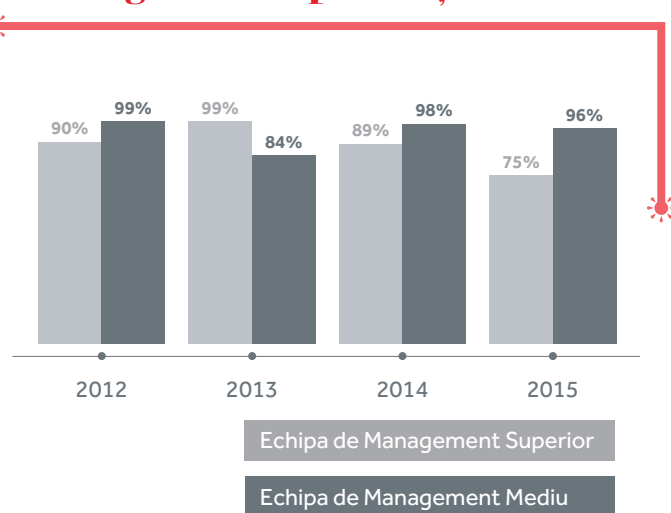
Pasiunea pentru excelență a angajaților noștri ajută la menținerea poziției noastre de lider în mediul de business internațional. Pentru noi, este esențial să atragem cei mai buni oameni, să îi ajutăm să-și dezvolte abilitățile și să avem încredere în loialitatea lor. Aceasta este singura cale prin care vom putea răspunde provocărilor viitoare.

În același timp, dorim să eficientizăm procesele și să ușurăm eforturile echipei. Așa am ajuns la inițiativele de optimizare a echipelor.

Pe parcursul perioadei de raportare, majoritatea angajaților noștri erau din România. Inițiativele prin care atragem noi talente au adus în companie 7 stagiași în echipa de management și 8 interni. În plus, în 2015, am angajat 5 persoane de naționalități diferite: 3 bărbați din Estonia, Grecia și Serbia și 2 femei din Republica Moldova.



Angajările în echipele de management superior și mediu



Angajați cu normă întreagă în funcție de gen

femei 22%
bărbați 78%

Toți angajații se bucură de contracte cu normă întreagă și nu facem angajări cu normă redusă, dar avem colegi cu contracte de muncă temporare.

Numărul total de contracte de angajare și distribuția pe gen

PERMANENT | TEMPORAR

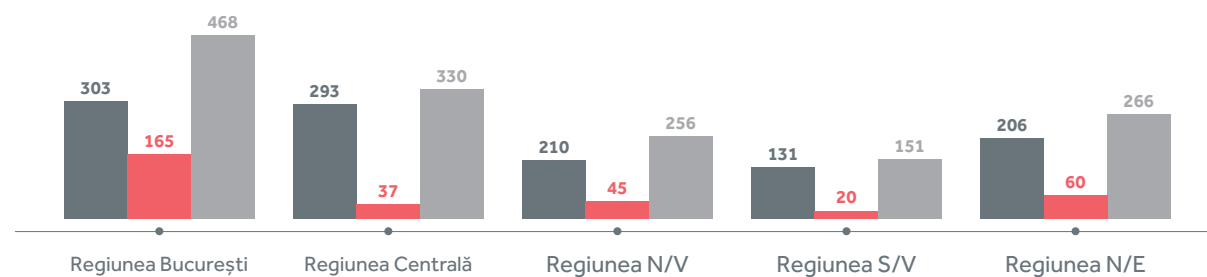
femei • F

bărbați • B

total

Angajați în funcție de regiune

		2012	2013	2014	2015
REGIUNEA BUCUREȘTI	bărbați	243	297	329	303
	femei	166	164	173	165
	total	409	461	502	468
REGIUNEA CENTRALĂ	bărbați	340	339	273	293
	femei	40	42	37	37
	total	380	381	310	330
REGIUNEA NORD/VEST	bărbați	115	98	100	210
	femei	10	11	9	45
	total	125	109	109	256
REGIUNEA SUD/VEST	bărbați	260	215	217	131
	femei	54	48	47	20
	total	314	263	264	151
REGIUNEA NORD/EST	bărbați	303	267	247	206
	femei	76	72	70	60
	total	379	339	317	266



F • 313/15
B • 1.129/14
T • 1.442/29

2015

F • 323/13
B • 1.151/15
T • 1.474/28

2014

F • 332/5
B • 1.200/16
T • 1.532/21

2013

F • 336/10
B • 1.256/5
T • 1.592/15

2012

bărbați

femei

total

Clasificarea noilor angajați în funcție de gen

	2012	2013	2014	2015
bărbați	6,10%	7,73%	3,53%	6,10%
femei	2,30%	3,16%	2,53%	3,30%
total	8,40%	10,88%	6,06%	9,40%

ÎN 2015, AM ANGAJAT MAI MULTE FEMEI, COMPARATIV CU ANII PRECEDENȚI.

Clasificarea noilor angajați în funcție de vârstă

	2012	2013	2014	2015
sub 30	4,11%	-	3,06%	4,70%
30-50	4,11%	4,64%	2,93%	0,20%
peste 50	0,19%	6,25%	0,07%	4,50%
total	8,40%	10,88%	6,06%	9,40%

În 2015, majoritatea noilor angajați au fost persoane cu vârstă sub 30 de ani, sau persoane cu vârstă peste 50 de ani. Cu toate acestea, precizăm că nu există niciun tipar de vârstă sau gen după care facem angajările și nu am discriminat niciodată o persoană pe criterii de vârstă sau gen.

Procentul numărului de angajați noi în funcție de regiune

REGION	2012	2013	2014	2015
București	2,30%	4,44%	3,06%	2,90%
Nord/Est	1,93%	1,80%	0,40%	1,60%
Centru	2,49%	2,77%	1,07%	2,00%
Sud/Vest	1,49%	1,29%	1,13%	1,00%
Nord/Vest	0,19%	0,58%	0,40%	1,90%
total	8,40%	10,88%	6,06%	9,40%

Rotația de personal în funcție de gen

	2012	2013	2014	2015
bărbați	5,65%	6,10%	5,96%	6,40%
femei	1,84%	2,35%	1,20%	3,30%
total	7,49%	8,45%	7,16%	9,70%

Rotația de personal în funcție de vârstă

	2012	2013	2014	2015
sub 30	3,13%	2,92%	-	0,70%
30-50	3,99%	4,96%	1,20%	1,30%
peste 50	0,37%	0,57%	5,96%	7,70%
total	7,49%	8,45%	7,16%	9,70%

Rotația de personal în funcție de regiune

REGION	2012	2013	2014	2015
București	2,39%	3,37%	2,14%	3,00%
Nord/Est	1,23%	1,02%	1,20%	1,70%
Centru	1,23%	1,59%	1,34%	2,20%
Sud/Vest	2,21%	1,72%	1,94%	1,00%
Nord/Vest	0,43%	0,76%	0,54%	1,80%
total	7,49%	8,45%	7,16%	9,70%



Cultura de egalitate de șanse

Talentele multiple din echipa noastră reprezintă o plusvaloare pe care o prețuim și pe care o dezvoltăm constant.

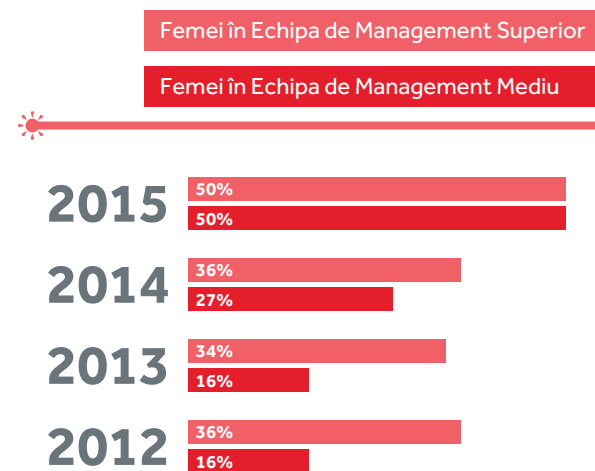
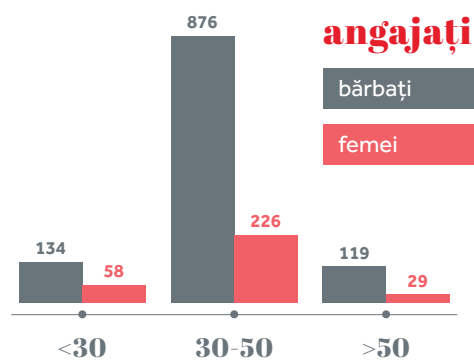
Respectăm drepturile fundamentale ale angajaților noștri și dorim să creăm un mediu deschis, incluziv, corect, sigur și pozitiv, care să respecte valorile noastre. Prin urmare, oferim oportunități echitabile pentru toți angajații și nu facem discriminări pe motive de rasă, religie, culoare, etnie, origine, vârstă, dizabilități, orientare sexuală, opinie politică, gen sau stare civilă. În toate aspectele referitoare la angajare, recrutare, compensații și beneficii, formare, promovare, transfer și reziliere, vom trata persoanele în mod corect, în funcție de abilitățile lor de a îndeplini cerințele și standardele funcției lor. Ne asigurăm că procedurile sunt implementate conform standardelor și suntem mândri că niciunul dintre angajații noștri nu a fost supus hărțuirii sau abuzurilor fizice, sexuale, rasiale, psihologice, verbale, sau oricărei alte forme de hărțuire sau abuz.

Politicile noastre privind drepturile omului și egalitatea de șanse sunt comunicate și integrate în programele de formare. Toți angajații și managerii noștri sunt instruiți în ceea ce privește implicațiile drepturilor omului în activitatea lor de zi cu zi și monitorizăm constant modul cum acest aspect se reflectă în performanța noastră.

SPRIJINIM PRINCIPIILE PACTULUI GLOBAL AL NAȚIUNILOR UNITE ȘI DECLARAȚIA UNIVERSALĂ A DREPTURILOR OMULUI.

Programul nostru privind Principiile directe legate de furnizori stabilește așteptări similare pentru mediul de lucru al furnizorilor noștri. Exploatarea copiilor prin muncă este interzisă în mod expres și efectuăm controale de conformitate în timpul aprobării furnizorilor.

Cu toate că forța noastră de muncă este în mare parte de sex masculin - datorită naturii fizice a muncii -, femeile constituie o parte importantă a managementului nostru superior și mediu.



Beneficii & remunerație

SCOPUL NOSTRU ESTE DE A OFERI ANGAJAȚILOR NOȘTRI SALARII COMPETITIVE ȘI LE RECUNOAȘTEM MERITELE ÎN CADRUL UNOR EVENIMENTE INTERNE.

Categoria de funcții plătită cel mai puțin. Comparație cu salariul minim local:

	2012	2013	2014	2015
Entry Level Operatori de linie	1.87 ori mai mare decât salariul minim local	1.42 ori mai mare decât salariul minim local	1.78 ori mai mare decât salariul minim local	1.86 ori mai mare decât salariul minim local
Business Developer	3.42 ori mai mare decât salariul minim local	3 ori mai mare decât salariul minim local	2.67 ori mai mare decât salariul minim local	2.28 ori mai mare decât salariul minim local

Plătim angajaților noștri salarii competitive și evaluăm remunerația pe care o oferim cu cea oferită de alte companii de înaltă performanță. La acest moment, este important de menționat faptul că paritatea salarială este atinsă în mod clar în domeniile în

care avem un salariu de bază fix, întotdeauna același, indiferent de gen - de exemplu, cazul salariilor oferite funcțiilor de Business Developeri, operatori de producție și șefi ai echipei de vânzare. Am realizat pe deplin paritatea pentru grupurile ocupaționale 1-6. Acesta este un subiect de mare importanță pentru Coca-Cola HBC România, iar acum lucrăm la paritatea salariului pentru grupul ocupațional 7 și mai sus de 7.

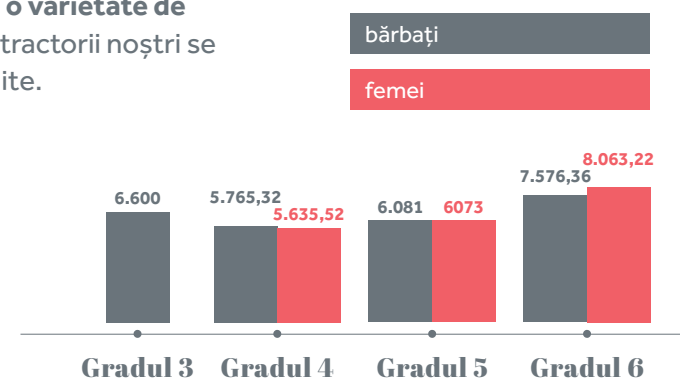
În 2015 nu am angajat persoane de grup operațional 2 și nu am angajat nicio femeie în grupul operațional 3.

La Coca-Cola HBC România, sprijinim viața de familie și respectăm legea care dă dreptul mamelor la 2 ani de concediu de maternitate. În 2015, 15 femei și-au luat în total 1.089 de zile de concediu. Întoarcerea la locul de muncă este de 100%, cu toate acestea rata noastră de retenție este de 80% (12 din 15 mame lucrează încă în companie la 12 luni după întoarcerea lor). Nu există bărbați care să fi primit concediu pentru creșterea copilului în 2015. Toți angajații (cu normă întreagă, contractori, lucrători sezonieri) au dreptul la concediu anual prin lege.

Compania noastră oferă beneficii pentru angajații cu normă întreagă, cei temporari și contractorii săi. **Toți angajații noștri cu normă întreagă și angajații temporari se bucură de asigurare de viață (inclusiv cu acoperire de handicap și invaliditate), servicii medicale, plan de cumpărare de acțiuni, beneficii sociale, tichete de masă, produse gratuite și reduceri pentru o varietate de servicii oferite de companiile partenere.** Contractorii noștri se bucură de tichete de masă și de produse gratuite.

BENEFICII	INVESTIȚII 2015 (în €)
Asigurare de viață	62.800
Servicii medicale	275.700
Plan de cumpărare de acțiuni	193.400
Tichete de masă	675.900
Produse gratuite	412.228

Salariul mediu brut



Comunicare internă

Comunicarea este un mijloc important pentru motivarea și implicarea angajaților.

În cadrul Sistemului Coca-Cola menținem o relație deschisă cu toți membrii echipei noastre. Folosim diverse metode de promovare a comunicării, cum ar fi ședințele de departament, conferințele organizate de companie sau întâlnirile față în față.

În fiecare an evaluarea noastră privind Indicele de implicare a angajaților măsoară angajamentul echipei și organizăm sesiuni de lucru pentru a îmbunătăți, în consecință, performanța noastră. Am inclus responsabilitatea corporativă și aspectul de durabilitate în evaluarea de implicare cu scopul de a măsura percepția angajaților noștri cu privire la responsabilitatea noastră față de mediu, recunoașterea noastră ca un bun cetățean corporativ în cadrul comunității și integritatea noastră față de stakeholderii externi ai organizației. De asemenea, Indicele măsoară gradul în care echipele noastre sunt motivate, autorizate și energizate, cu scopul de a oferi cele mai bune performanțe și de a le menține în timp.



Sănătate & securitate în muncă

Dincolo de datoria noastră de a ne asigura că oamenii noștri vor fi pe deplin satisfăcuți de cariera lor și de oportunitățile excelente de creștere și de dezvoltare personală, **PRIORITATEA NOASTRĂ ESTE DE A LE ASIGURA UN LOC DE MUNCĂ ÎN CONDIȚII DE SIGURANȚĂ.**

Este de o importanță majoră pentru noi să le oferim angajaților un loc de muncă sigur și să dezvoltăm o cultură a siguranței la locul de muncă. Coca-Cola HBC România lucrează în mod constant pentru certificarea completă a tuturor fabricilor sale de îmbuteliere prin implementarea unor standarde ale sistemelor de management recunoscute la nivel internațional, cum ar fi OHSAS 18001.

Pentru a aborda aspecte specifice, cum sunt cele legate de riscurile de siguranță, dezvoltăm programe de formare specifice. De exemplu, programul nostru Safe și Eco-Driving ne ajută la reducerea numărului de accidente. Am inițiat programe pentru a promova un stil de viață sănătos activ, cum ar fi turul de ciclism „Red Bike”, care este susținut de Sistemul Coca-Cola din România.

În fiecare dintre locațiile noastre, echipele responsabile de sănătatea și siguranța la locul de muncă includ atât reprezentanți ai conducerii, cât și ai angajaților. În fabricile noastre, avem trei echipe responsabile de sănătate și securitate ocupațională. Subiecte legate de sănătate și securitate sunt incluse în acordurile sindicale și sunt abordate în timpul sesiunilor de sănătate și în cadrul discuțiilor echipelor responsabile de securitate.

Întâlnirile sunt organizate trimestrial sau atunci când este necesar și, prin intermediul acestor sesiuni, angajații pot obține informații valoroase și consultanță cu privire la subiecte de securitate și sănătate ocupațională. Ședințele echipelor responsabile de sănătate și securitate ocupațională vizează, printre alte aspecte:

- ☀ să revizuiască și să îmbunătățească politica de securitate, planul de protejare a sănătății și de prevenire a accidentelor
- ☀ să evalueze aplicarea și eficiența planurilor de prevenire și de protecție pentru a îmbunătăți condițiile de muncă
- ☀ să analizeze introducerea de noi tehnologii și echipamente, asigurând standardele de sănătate și securitate ocupațională
- ☀ să examineze selectarea, achiziționarea, întreținerea și utilizarea echipamentului de muncă, echipamentului colectiv și a echipamentului individual de protecție
- ☀ să examineze performanța serviciilor externe de prevenire și protecție, menținerea și înlocuirea acestora
- ☀ să propună măsuri pentru planificarea activității, să examineze cererile venite din partea angajaților cu privire la condițiile de muncă și să informeze lucrătorii cu privire la pericolele și bolile profesionale
- ☀ să solicite aplicarea și respectarea deplină a reglementărilor legale privind sănătatea și securitatea muncii
- ☀ să analizeze accidente și bolile profesionale și să propună îmbunătățiri pentru eliminarea riscurilor

Departamentul nostru de Sănătate și Securitate Ocupațională are un reprezentant în fiecare dintre cele trei fabrici și un birou central în București. Numărul de reprezentanți ai comitetelor este prevăzut de lege și este determinat de numărul total de angajați în unitatea companiei. Astfel, în fabrica de la Ploiești există patru reprezentanți ai angajaților în Comitetele de sănătate și securitate, respectiv câte trei în Poiana Negrii și Timișoara. Fiecare comitet are un număr egal de membri de conducere, un coordonator de sănătate și securitate ocupațională ambientală și un doctor de Sănătate și Securitate a muncii (SSM). Pe parcursul perioadei de raportare, Comitetele de sănătate și securitate au fost extinse pentru păstra reprezentativitatea la nivelul numărului de angajați.

Sănătate ocupațională și informații de securitate (decese, răniri grave, rata accidentelor soldate cu absența de la locul de muncă, numărul mediu de zile de concediu medical și accidente de transport) în anul 2015

LTA = accidente soldate cu absența de la locul de muncă FTE - angajat cu normă întreagă

	2012	2013	2014	2015	
				bărbați	femei
Decese		0	0	0	0
Răniri grave	2	0	0	0	0
LTA*s>1 zi per 100 FTE**	0.18	0.13	0.07	0.07	0
LTA*s<1 zi per 100 FTE	0.18	-	-	0.07	0.07
Numărul mediu de zile de concediu medical per FTE	3.61	4.17	4.56	8.8	2.8
Accidente per milioane de km (APMK)- se referă la flota noastră de transport	15.42	9.19	6.25	6.29	0.64

INFORMAȚII DE SĂNĂTATE ȘI SECURITATE OCUPAȚIONALĂ PENTRU CONTRACTORII INDEPENDENȚI

niciun deces sau vreo rănire gravă în rândul femeilor sau bărbaților

Situațiile **Near Miss** pot fi raportate în mod anonim și pot contribui la prevenirea accidentelor. Rapoartele sunt revizuite periodic și sunt identificate tiparele. Întâlnirile noastre pe tema sănătății și securității la locul de muncă au loc în mod recurent între managerii de linie și angajați. Inițiativa **Walk the Talk** oferă posibilitatea fiecărui manager de linie/supervizor/șef de tură să efectueze o inspecție informală la locul de muncă. Acest lucru permite o monitorizare mai atentă a securității la locul de muncă, a încrederii, cooperării,

Nu au existat boli profesionale legate de sarcini de lucru efectuate în unitățile noastre. Cu scopul de a preveni orice accidente de muncă, în cooperare cu serviciile noastre medicale, ne asigurăm că de fiecare dată când unul dintre angajați are o problemă de sănătate, această problemă nu afectează capacitatea sa de a-și îndeplini sarcinile.

Continuăm îmbunătățirea sistemului companiei de Sănătate și Securitate Ocupațională care respectă cele mai înalte standarde. Pentru a realiza acest lucru folosim tehnici specifice, cum ar fi **Walk the Talk, Near Miss**, întâlniri pe tema sănătății și securității la locul de muncă.

productivității, precum și a îmbunătățirii performanței sănătății și siguranței. Concursul nostru anual **Near Miss (Cel mai atent coleg)** promovează raportarea, sugestiile pentru îmbunătățiri și acțiunile de remediere.

Cu toate acestea, mai presus

de toate, ne asigurăm că fiecare manager de linie stabilește un bun exemplu pentru angajați și toți contribuie la construirea unui mediu de lucru mai sigur și la eliminarea accidentelor.

INDICATORI DE BAZĂ	2012	2013	2014	2015
Rapoarte privind accidentele potențiale	365	1.380	2.669	2.745
Întâlniri pe tema sănătății și securității la locul de muncă	683	800	2.388	2.163
Inspecții Walk the Talk	789	933	1.981	2.355



Transport

Ca parte a politicii noastre de Sănătate și Securitate în Muncă, ne angajăm să reducem la minimum riscul de leziuni rezultate din accidente rutiere în timpul orelor de lucru și să încurajăm toți angajații noștri să aplice practicile de șofat în condiții de siguranță atunci când conduc propriile vehicule.

Pentru a reduce la minimum accidentele în activitatea noastră, Coca-Cola HBC România se angajează să minimizeze riscurile prin:

- ☀ Conformarea cu legislația rutieră.
- ☀ Comunicarea responsabilităților și răspunderilor de siguranță ale flotei către toți angajații.
- ☀ Asigurarea și stabilirea unor criterii de selecție pentru șoferi.
- ☀ Asigurarea instruirii specifice de siguranță a vehiculelor, inclusiv condusul în condiții de siguranță și ecologice.
- ☀ Asigurarea caracteristicilor de siguranță ale vehiculului și adecvarea acestora pentru mediul de lucru.
- ☀ Asigurarea faptului că toate vehiculele sunt exploatate în limitele de încărcare și de ocupare desemnate.
- ☀ Implementarea procedurilor de întreținere a vehiculelor pentru a se asigura că vehiculele sunt sigure pentru a fi utilizate pe drum.
- ☀ Îmbunătățirea rutelor și a planurilor de călătorie, inclusiv a pauzelor pentru a preveni oboseala.
- ☀ Investigarea accidentelor și punerea în aplicare a măsurilor preventive pentru a evita recidivele.
- ☀ Revizuirea performanțelor în domeniul siguranței rutiere și includerea măsurilor de îmbunătățire în planurile de afaceri.



Formare & dezvoltare

UNA DINTRE CELE MAI IMPORTANTE PREOCUPĂRI ALE NOASTRE ÎN DOMENIUL RESURSELOR UMANE ESTE DEDICAREA PENTRU DEZVOLTAREA LIDERILOR LOCALI.

Pentru a atinge acest obiectiv, investim în programe de formare specializată în care angajații noștri își dezvoltă abilitățile de conducere necesare și ating performanțe remarcabile.

Am proiectat programe dedicate care să vină în întâmpinarea nevoilor angajaților noștri, oferindu-le suportul pentru îmbunătățirea competențelor la cel mai înalt nivel posibil și în dezvoltarea carierei. Aceste programe sunt concepute astfel încât să îmbunătățească atât competențele tehnice, cât și manageriale, și se urmărește responsabilizarea pe termen lung a angajaților. Pentru a ne sprijini colegii, am dezvoltat o matrice în care sunt definite aptitudinile, experiența și cunoștințele necesare în fiecare etapă de conducere. Noi credem în valoarea culturii de coaching și, prin urmare, încurajăm stilurile de conducere prin coaching și dezvoltăm antrenori certificați intern.

Considerăm că un loc de muncă în compania noastră oferă mai multe beneficii și nu este doar *un loc de muncă*. Un angajat al Coca-Cola HBC are șansa unei cariere marcate de excelență. Ne concentrăm pe cunoștințele și abilitățile de dezvoltare pe care angajații le pot folosi pe tot parcursul vieții, necesare, în general, în cadrul comunității de afaceri. Astfel, am câștigat o reputație de *școală de management*, după ce am promovat în întreaga lume, în structurile Coca-Cola HBC, peste 50 de lideri în poziții de management mediu și superior.

Pe parcursul perioadei de raportare, ne-am concentrat pe furnizarea de training-uri oferite de către o echipă dedicată personalului nostru de vânzări. Pentru restul angajaților, echipa de Formare & Dezvoltare a departamentului de Resurse Umane sprijină dezvoltarea angajaților prin asigurarea accesului la experiențe de învățare relevante (training-uri, coaching), atunci când este necesar.

Cursuri organizate în 2015

	NR. DE ANGAJAȚI CARE AU PARTICIPAT
Programe de Leadership & Management	655
Dezvoltare a capacităților	360
Sustenabilitate	1.926
Funcții de suport	29
Conformitate	1.438

O parte din angajați au participat la mai multe traininguri pe teme diferite.

PRINCIPALELE TRAININGURI OFERITE ÎN 2015 AU FOST:

- ☀ Pasiunea de a conduce
- ☀ Gestionarea planului de afaceri
- ☀ Conducerea mașinii într-un mod ecologic și în siguranță
- ☀ Codul de conduită în afaceri
- ☀ Politica anti-mită
- ☀ IMCR – Managementul crizei și programe de formare privind inspecția inopinată

Media orelor de pregătire pentru fiecare angajat cu normă întreagă în anul 2015

	2012	2013	2014	2015	
				bărbați	femei
Management superior	nu este solicitat	nu este solicitat	nu este solicitat	5,00	22,67
Management mediu	nu este necesar	nu este solicitat	nu este solicitat	31,35	26,71
Media orelor de pregătire pentru fiecare angajat cu normă întreagă	33,02	33,15	24,02	31,28	26,66



Pe parcursul perioadei de raportare am instruit mai mulți angajați decât în anii anteriori. În plus, ca parte a progresului nostru de raportare am redat numărul mediu de ore de training-uri între femei și bărbați, în scopul de a identifica domeniile de îmbunătățire.

Fiecare angajat, de la lider de echipă la alte niveluri superioare, este responsabil pentru elaborarea planului său de dezvoltare individuală.

Toți angajații noștri primesc analize ale performanței și dezvoltării profesionale. Pe lângă procesul anual de evaluare a performanțelor,

am stabilit forumul de discuții deschise pentru funcțiile de conducere. Forumul susține obiectivul nostru de colaborare și ajută la întărirea culturii de dezvoltare personală și lucru în echipă.

Participarea la forumul de discuții deschise

	BĂRBAȚI	FEMEI
Management superior	4	4
Management mediu	177	63
Alți angajați	180	126

Recognition @Coke

Recognition @Coke este un program de recunoaștere la nivel intern prin intermediul căruia evidențiem realizările și oamenii din spatele lor. Programul ne dă ocazia să ne arătăm aprecierea față de colegii care ne inspiră.

Valorile noastre stau la baza programului care este o celebrare a realizărilor angajaților, pe anumite perioade de timp și pe anumite domenii. Programul are 6 concursuri trimestriale și 2 anuale.

Categoriile sunt:

EDIȚII TRIMESTRIALE:

- ☀ Clientul pe primul loc:
Valoarea pentru client
- ☀ Pasiunea pentru Excelență
- ☀ Premiul Cel mai bun Coleg
- ☀ Premiul Campionul Soluțiilor
- ☀ Cel mai valoros exemplu de bună practică
- ☀ Cel mai valoros exemplu de bună practică în lanțul de aprovizionare

NOMINALIZĂRI ANUALE:

- ☀ Premiul Cel mai bun Manager
- ☀ Cea mai performantă echipă

În anul 2015, programul Recognition@Coke a premiat 106 angajați (individual și / sau echipe) pentru eforturile lor și pentru angajamentul față de valorile companiei.

Pentru eforturile noastre în acest domeniu, compania noastră a primit numeroase premii, printre care:

- ☀ Distincția *Angajatorul preferat* în industria bunurilor de larg consum din România
- ☀ Locul întâi la secțiunea *Menționări spontane ale brandurilor cu notorietate în mediul de afaceri din România* din cadrul Superbrands
- ☀ Premiul Codecs *Cel mai bun investitor în oameni*

Libertatea de asociere & negociere colectivă

LA COCA-COLA HBC ROMÂNIA, EXISTĂ DOUĂ SINDICATE:

1 Sindicatul Liber Coca-Cola HBC România, înființat în anul 2004

2 Sindicatul Independent Coca-Cola HBC România, înființat în anul 2007

Pentru a asigura un dialog constant și deschis și consultare cu toate sindicatele, Coca-Cola HBC România urmează protocoale formale de comunicare, colaborează cu consiliile lunare și nu restricționează libertatea angajaților săi de a se asocia la aceste sindicate sau de a participa la negocierea colectivă.



În anul 2015,

100%

dintre angajații noștri au fost parte semnatară a unui contract colectiv de muncă.

Procentul angajaților înscrși în sindicate

	2012	2013	2014	2015
Angajații înscrși într-un sindicat	16,87%	14,76%	16,23%	16,79%
Angajații înscrși în Sindicatul Liber Coca-Cola HBC România	3,37%	2,36%	2,76%	2,65%
Angajații înscrși în Sindicatul Independent Coca-Cola HBC România	13,50%	12,40%	13,47%	14,14%

Pe parcursul evaluărilor noastre, nu am identificat nicio operațiune și nici furnizori pentru care dreptul de a exercita libertatea de asociere și de negociere colectivă a fost încălcat sau a fost supus unui risc semnificativ.





4

**MEDIU:
RESPONSABILITATE,
EFICIENȚĂ, RESPECT**



Coca-Cola HBC România se angajează să protejeze și să respecte mediul înconjurător.

EFORTURILE NOASTRE DE MEDIU SE
CONCENTREAZĂ PE CELE TREI DOMENII ÎN
CARE CONTRIBUȚIA NOASTRĂ POATE SĂ
AIBĂ CEL MAI MARE IMPACT:



ADMINISTRAREA
APEI



PROTEJAREA
ENERGIEI & CLIMEI



AMBALAREA &
RECICLAREA

În fabricile noastre și în toate operațiunile pe care le derulăm respectăm legile, reglementările și autorizațiile relevante de mediu. Am adoptat un sistem de management de mediu, de sănătate și de securitate la locul de muncă, în conformitate cu cerințele standardelor SR EN ISO 14001: 2015, OHSAS 18001: 2008 pentru a preveni orice efecte dăunătoare asupra mediului și pentru a elimina impactul negativ asupra mediului. Politica noastră de mediu și de sănătate și securitate la locul de muncă se reflectă în obiectivele stabilite și este comunicată către toate nivelurile organizaționale și către părțile co-interesate. Toate operațiunile care sunt incluse în domeniul de aplicare al sistemului de management sunt monitorizate, analizate și revizuite periodic. În cazul în care legislația lipsește sau este mai puțin solicitantă decât cele mai bune practici internaționale, respectăm cerințele stricte ale companiei

Coca-Cola, care sunt aplicate în operațiunile noastre.

Întotdeauna luăm în considerare implicațiile de mediu ale operațiunilor noastre, deoarece scopul nostru este de a contribui la protecția mediului și de a conserva biodiversitatea. Prin intermediul analizelor pe care le derulăm, putem identifica riscurile și oportunitățile asociate contextului intern și extern al afacerii noastre și, respectiv, putem valorifica oportunitățile de afaceri în beneficii.

Când stabilim obiectivele de mediu, căutam să îmbunătățim performanța de mediu și să minimizăm impactul pe care operațiunile noastre îl pot avea. Scopul principal este să avem o creștere sustenabilă, care să sporească gradul de satisfacție al stakeholderilor noștri.

Coca-Cola HBC România se angajează să:

- Își desfășoare activitățile în deplină conformitate cu legislația și regulamentele în vigoare
- Prevină poluarea și să reducă impactul asupra mediului prin stabilirea măsurilor necesare
- Acționeze cu responsabilitate în domeniul managementului bazinelor hidrografice
- Îmbunătățească sistemul de management al condițiilor de sănătate și securitate la locul de muncă

**Rezultate obținute
în diminuarea
impactului asupra
mediului în
2015 vs 2014**

CONSUMUL DE
ENERGIE

↓ 8%

datorită optimizării
energiei și a
inițiativelor de
reducere a consumului

CONSUMUL
DE APĂ

↓ 12%

datorită optimizării
apei și a planurilor de
reducere a consumului

RECICLAREA
DEȘEURILOR SOLIDE

↑ 1,65%

datorită implementării
programului de reciclare

Administrarea resurselor de apă

Populația planetei crește într-un ritm alert, iar economia trece prin schimbări importante la nivel mondial, astfel că presiunea pe resursele naturale este mai mare de la o zi la alta. Apa dulce este puternic afectată de schimbările climatice; modele de precipitații tradiționale afectează disponibilitatea de apă dulce în rezervoare și pe măsură ce temperatura crește, crește și cererea de apă pentru irigare.

Operațiunile noastre și capacitatea noastră de a crește depind de disponibilitatea și calitatea resurselor locale de apă. Astfel, obiectivul nostru principal este setat pe eforturile noastre de administrare responsabilă a apei. Abordarea noastră integrată se bazează pe adoptarea unor tehnologii care îmbunătățesc eficiența utilizării apei în cadrul operațiunilor noastre. De asemenea, ne propunem să stabilim parteneriate pentru a proteja bazinele hidrografice locale și pentru a promova gestionarea sustenabilă a apei.

Am adoptat o abordare integrată a acestei resurse critice pentru a:

- ÎMBUNĂȚĂȚI EFICIENȚA UTILIZĂRII APEI.
- INVESTI ȘI DEZVOLTA PARTENERIATE.

Angajamentul nostru pentru conservarea apei

Administrarea apei este critică pentru dezvoltarea noastră, așa cum este pentru toți oamenii și pentru comunități. Prin urmare, în comunitățile unde ne desfășurăm activitatea, urmărim să limităm impactul nostru asupra bazinelor de captare și să promovăm bune practici de gestionare a apei. Ne asigurăm că apa disponibilă este utilizată de compania noastră respectând comunitățile locale.

Credem cu tărie că industria joacă un rol cheie în identificarea soluțiilor durabile la provocările care apar cu privire la resursele de apă.

Strategia noastră față de protejarea apei este cuprinzătoare și corespunde Politicii noastre de mediu, precum și Politicii noastre de administrare a apei.

Prin angajamentele noastre ne propunem să:

- Reducem consumul de apă și să ne asigurăm că apele reziduale sunt tratate respectând strict viața acvatică.
- Evaluăm disponibilitatea viitoare a apei și să reducem riscurile de mediu și sociale.
- Lucrăm cu furnizorii pentru a estima consumul de apă a materiilor prime, în special pentru produsele agricole, cum ar fi zahărul și fructele.

- Implicăm comunitățile pentru a sensibiliza și a proteja resursele de apă prin intermediul unor programe de parteneriat locale și internaționale.
- Furnizăm resurse de apă în caz de urgență pentru comunități în urma catastrofelor naturale.
- Contribuim la dezvoltarea politicilor referitoare la standardele de profil, la nivel local și la nivel internațional, în parteneriat cu principalii stakeholderi.
- Lucrăm cu organizații și inițiative internaționale din domeniu, cum ar fi UN Global Compact Water.
- Împărtășim și promovăm practicile internaționale de administrare a apei.

Principalele 3 inițiative pentru a reduce consumul de apă sunt:

- 1** **Tratarea efluenților de la unitățile de recuperare a apelor reziduale din Ploiești** a fost o investiție semnificativă de **200.000 €**, care permite apei reziduale să fie tratată și reutilizată ca apă curată pentru instalația de răcire a centralei de cogenerare.
- 2** **Refolosirea apei pentru spălare de la filtrele de nisip.** Recuperăm cantități mari de apă care, după faza de pre-tratare, sunt pompate din nou în sistemul de tratare a apei.
- 3** **Optimizarea matricei Clean-in-Place.** Prin optimizarea secvențelor și a duratei diferitelor etape, precum și a măsurătorilor, am redus semnificativ consumul de apă, de energie, produsele chimice utilizate pentru CIP, precum și timpul de producție.



Impactul direct al operațiunilor noastre se referă la consumul de apă în fabricile de îmbuteliere (apa utilizată pentru producție, curățare, spălare, răcire și dezinfectare). Impactul indirect se referă la apa utilizată ca ingredient în băuturile noastre răcoritoare. Cantitatea utilizată în băuturile răcoritoare depășește cantitatea necesară pentru producția lor.

Monitorizăm îndeaproape, în toate fabricile noastre, sursele de apă și am decis să **incluDEM tehnologii de economisire a apei în liniile de producție**, care conduc la rezultate mai bune în utilizarea apei. Folosim tehnologia de lubrifiere uscată, care elimină substanțial consumul de apă când sticlele se mișcă pe benzile transportoare (pe liniile de producție de PET-uri) și tehnologia de aer ionizat, care clătește PET-urile, în loc de apă. În plus, în conformitate cu și respectând cerințele companiei Coca-Cola, vom efectua Evaluări ale Vulnerabilității Sursei (SVA) și vom dezvolta un Plan de Protecție a Sursei de Apă (SWPP) pentru fiecare instalație de îmbuteliere.

Mai mult decât atât, deoarece suntem responsabili de tratarea apelor reziduale, fabricile noastre de îmbuteliere au instalații de tratare a apelor reziduale la fața locului. În fabricile unde se evacuează apele reziduale tratate în acumulări de apă naturale, așa cum este cazul la Timișoara și Poiana Negrii, respectăm pe deplin cerințele legale referitoare la calitatea apei. Grație tehnologiei noastre, toate apele reziduale tratate eliberate în mediul înconjurător sunt adecvate pentru utilizare în agricultură și nu dăunează florei și vieții acvatice. În cazul fabricii de la Ploiești avem, de asemenea, o instalație de recuperare a apelor reziduale pentru tratarea efluentului, iar evacuarea se face în infrastructura municipală de tratare a apei, cu respectarea cerințelor legale. În Ploiești, am făcut deja o investiție semnificativă pentru reciclarea apei prin utilizarea filtrelor de nisip în camera de tratare a apei. Recuperarea apei utilizate a crescut cu 0,5%, comparativ cu 2014.

Sistemul Coca-Cola devine, la nivel global, tot mai eficient în utilizarea apei prin reducerea cantității folosite pe litru de produs fabricat, chiar pe măsură ce crește volumul de producție.

Am redus consumul de apă cu 12 % față de anul 2014 prin optimizarea folosirii apei și prin implementarea unor proiecte specifice.

În comparație cu 2014, am crescut semnificativ cantitatea de apă reciclată.

Atenția noastră continuă pe utilizarea eficientă a apei este de asemenea reflectată în mai multe proiecte în curs de desfășurare, care abordează utilizarea, recuperarea și reutilizarea apei. Desfășurăm în mod regulat evaluări de risc în toate fabricile noastre de îmbuteliere pentru a preveni orice efecte negative asupra mediului și studiem cantitatea și calitatea surselor de apă locale, precum și preocupările legate de mediu și de reglementare. Pe baza acestor evaluări, dezvoltăm planuri de acțiune pentru diminuarea riscurilor legate de activitățile noastre și pentru a ne îmbunătăți eficiența. Suntem conștienți de faptul că, din cauza extracției apei necesare pentru operațiunile noastre, producem un impact asupra apelor de suprafață și subterane. Prin urmare, pentru continuarea îmbunătățirii și a utilizării eficiente a apei, este de o importanță majoră să investim constant în tehnologii ale viitorului, în formarea angajaților și în optimizarea procesului.

Performanța apei în Litri

Total apă utilizată <i>*inclusiv proprietăți la distanță</i>	1.695.713.680	1.709.165.640	1.819.408.720	1.852.811.000
Raport utilizare apă (L/L)	1,82	2,01	2,2	1,93
Apă primită de la puțuri	1.643.892.000	1.655.904.000	1.764.161.000	1.716.980.000
Apă primită de la apele de suprafață	51.822.000	53.262.000	55.248.000	50.264.000
Reciclarea estimată a apelor	2.402.000	9.998.000	5.723.000	27.190.000
Cantitatea de apă reziduală deversată	632.895.000	739.656.000	912.899.000	870.049.000
Apă refolosită				2.806.000
	2012	2013	2014	2015

Măsurăm în mod constant apa extrasă utilizând dispozitive de măsurare calibrate și plătim, pe baza acestor cantități, utilizarea proporțională a apei către autoritățile locale.

Creșterea apei reciclate este rezultatul tuturor inițiativelor de recuperare a apei, cum ar fi recuperarea apei de la mașina de spălat PET-uri Sidel din Ploiești și reutilizarea apei pentru spălare de la filtrele de nisip din Ploiești și Timișoara.

Scăderea utilizării apelor de suprafață se datorează înlocuirii apei tehnologice folosite la Fabrica Poiana Negrii, apa preluată din râul Negrișoara cu apa din puțuri și izvoare.



Materii prime & ambalaje

Coca-Cola HBC România utilizează numeroase materiale pentru producerea și ambalarea produselor finite fiind, prin urmare, responsabilă pentru cantitatea tot mai mare a resurselor naturale extrase. Suntem conștienți de impactul nostru și, în același timp, ne angajăm în utilizarea lor cât mai eficientă.

Prioritățile noastre sunt: să eliminăm cantitatea de deșeuri solide rezultate, să refolosim materialele, atunci când este posibil, și să reciclăm deșeurile.

În 2015, am crescut producția de băuturi răcoritoare în fabricile noastre și, prin urmare, mai multe materii prime au fost necesare în comparație cu anii anteriori.

PRODUS/BRAND	CANTITĂȚI DE PRODUS (bucăți)	
	2014	2015
Coca-Cola (toate aromele)	32.238.223	37.297.291
Fanta (toate aromele)	13.679.498	16.299.730
Sprite	4.047.007	5.202.010
Cappy & Cappy Pulpy	6.842.771	8.133.545
Schweppes-KO	2.734.120	3.728.827
Nestea	7.581.743	9.881.658
Dorna	5.482.854	6.430.727
Dorna Izvorul Alb	13.818.426	14.788.595
Poiana Negri	3.032.093	3.366.324
BĂUTURI ENERGIZANTE Burn & ULTRA KO	688.771	1.200.156
Next	-	1.526.888
total	90.145.506	107.855.751

Materii prime brute folosite în producția băuturilor răcoritoare

	2012	2014
	2013	2015
ZAHĂR tone	61.449.510	
	46.743.120	
	42.447.880	
FRUCTOZĂ tone	48.388.660	
	12.710.160	
	18.562.730	
CONCENTRAT UN	24.124.280	
	28.581.670	
	868.487	
	857.632	
	866.740	
	1.442.475	

OPTIMIZAREA AMBALAJELOR

Ambalajul produsului este un element cheie al produsului în sine. Obligația noastră este de a avea o perspectivă largă a ciclului de viață a unui ambalaj în activitățile noastre de producție. Prin extinderea sferei noastre de responsabilitate față de materialele și produsele pe care le cumpărăm, putem menține competitivitatea pe piețele internaționale, prin reducerea costurilor și creșterea inovării.

Deoarece produsele noastre evoluează în timp, strategiile puse în aplicare pentru recuperarea, reciclarea și eliminarea ambalajelor se modifică în consecință, pentru a elimina impactul asupra mediului, acordând atenție fiecărei etape a ciclului de viață al produsului.

COCA-COLA HBC ROMÂNIA, PRIN POLITICA SA DE RECICLARE ȘI DE AMBALARE A DEȘEURILOR, PRECIZEAZĂ ÎN MOD CLAR ANGAJAMENTUL PRIVIND ÎMBUNĂTĂȚIREA CONTINUĂ A PERFORMANȚEI SALE DE MEDIU.

Materiale folosite în procesul de ambalare

	2012	2014
	2013	2015
PET sticle	637.852.516	
	609.377.666	
	598.541.106	
	741.110.806	
PLASTIC ambalaje	632.852.516	
	581.834.500	
	590.236.400	
	724.810.500	
METAL capace	105.505.700	
	111.243.600	
	84.959.300	
	96.696.800	
PE folie de plastic/vidare	2.390.192	
	2.080.867	
	1.894.798	
	2.395.075	
STICLĂ sticle	5.208.864	
	3.187.920	
	4.165.392	
	14.770.000	
ALUMINIU doze	306.100.676	
	196.206.240	
	183.559.160	
	125.272.000	
HÂRTIE etichete	243.551.200	
	214.312.000	
	213.215.400	
	214.700.000	

Strategia prin care ne dorim să reducem impactul asupra mediului al ambalajelor noastre include:

- ➡ Reducerea cantității de ambalaje folosite.
- ➡ Creșterea conținutului reciclat în ambalaj.
- ➡ Promovarea reciclării și a recuperării.

Suntem conștienți de faptul că metoda cea mai simplă pentru a crește eficiența utilizării resurselor este să ne asigurăm că vom recicla în cantități cât mai mari. Acest lucru va păstra materiale valoroase în economie pe o durată mai mare de timp. În cele din urmă, ne propunem să închidem ciclul de reciclare prin transformarea ambalajelor folosite în recipiente noi. Fabrica de sticlă din Austria, pe care Grupul Coca-Cola HBC a ajutat-o să se înființeze, ne oferă calitate ridicată și stocuri rentabile de material reciclat pentru a produce sticle noi.

În ceea ce privește portofoliul nostru, creșterea producției în 2015 a dus la creșterea achiziției de materiale folosite. Am crescut în mod semnificativ cantitățile de sticlă utilizate pentru îmbuteliere deoarece forma sticlei Cappy Nectar 250 ml RGB a fost modificată.



REDUCEREA AMBALAJELOR

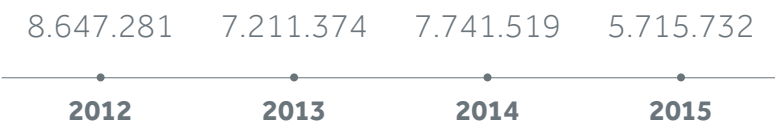
Eforturile noastre de a adopta ambalaje mai eficiente au avut ca rezultat cantități mai mici de carton necesare pentru ambalarea și livrarea în condiții de siguranță a băuturilor noastre răcoritoare.

MINIMIZAREA CONSUMULUI DE AMBALAJE REDUCE SEMNIFICATIV IMPACTUL ASUPRA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR, PRECUM ȘI AMPRENTA DE CARBON A AMBALAJELOR PE TOT PARCURSUL CICLULUI DE VIAȚĂ (de la fabricare la transport, la eliminare sau reciclare).



Materiale pentru ambalaje (kg)

material:
carton (separator)



Începând cu anul 2014, Coca-Cola HBC România a introdus o nouă sticlă, **PlantBottle™**, prima sticlă PET din plastic reciclabil fabricată parțial din plante.

A rezultat un produs eficient și sigur, care se comportă ca un PET, dar care nu intră în conflict cu lanțul alimentar și care poate fi reciclat folosind fluxul existent al infrastructurii PET.

Evoluția greutății ambalajelor

GREUTATE (GR)	REDUCEREA TOTALĂ 2004–2015
0,5L minerală	21%
0,5L plată	34%
1,5L minerală	12%
1,5L plată	12%
2,0L minerală	2,7%
2,0L plată	22%

În plus, sticla noastră Ultra-Glass, care încorporează cu o treime mai puțin material comparativ cu versiunea anterioară, este acum folosită în România și în alte 16 țări ale Grupului Coca-Cola HBC.

CREȘTEREA CONȚINUTULUI RECICLAT

Pentru a realiza o îmbunătățire substanțială a duratei de viață a resurselor noastre, am adoptat soluții inovatoare pentru a reduce cantitățile de materiale folosite pentru prima dată și a contribui la soluții de îmbuteliere durabile. Recipientele noastre pentru băuturi răcoritoare constau în principal din materiale reciclabile, cum ar fi plastic PET, aluminiu, oțel și sticlă. Din moment ce aceste materiale au cele mai eficiente rate de ambalaje reciclate, putem reduce impactul ambalajelor noastre prin creșterea conținutului reciclat al acestora. **Prin utilizarea aluminiului reciclat în cutii, de exemplu, putem economisi până la 95% din energia necesară pentru utilizarea aluminiului pur.**

PROMOVAREA RECICLĂRII

Suntem conștienți de necesitatea de a crea noi modele de dezvoltare și aceste modele necesită progrese în infrastructura de reciclare, unul dintre acestea fiind legat de contribuția consumatorilor în reciclarea ambalajelor băuturilor răcoritoare. Prin încurajarea consumatorilor să participe activ la reciclare, suntem mai aproape de atingerea prosperității de lungă durată pentru toți.



Deșeuri & colectare

Coca-Cola HBC România, ca parte a Grupului Coca-Cola HBC, este decisă să contribuie la îmbunătățirea continuă a performanței sale de mediu în domeniul ambalajelor și a deșeurilor de ambalaje, precum și la măsurarea și evaluarea eficienței strategiilor pe care le adoptă.

STRATEGIA NOASTRĂ PENTRU ATINGEREA OBIECTIVELOR ÎN PROCESUL DE COLECTARE A DEȘEURILOR CONSTĂ ÎN:

- ☀ Consolidarea schemelor de colectare a ambalajelor post-consum și implicarea în educația și în procesul de conștientizare a consumatorilor;
- ☀ Angajarea în campanii de sensibilizare a publicului, educație de colectare separată a deșeurilor;
- ☀ Colaborarea cu structurile guvernamentale și cu industria FMCG pentru a crea un cadru juridic în care progresul economic, reciclarea materialului din depozitul de deșeuri și reducerea emisiilor pot fi realizate în mod simultan;
- ☀ Contribuția la percepția generală că politica publică și intervențiile de reglementare trebuie să încurajeze dezvoltarea și punerea în aplicare a soluțiilor tehnologice adecvate și să permită modificarea mecanismelor de piață;
- ☀ Promovarea dezvoltării și extinderii colectării selective a ambalajelor în cadrul unor evenimente publice pentru a stopa depozitarea deșeurilor;
- ☀ Efortul depus pentru a închide ciclul de ambalare într-un mod sustenabil;
- ☀ Investiții în Fabricile de reciclare a sticlei în toate țările unde există astfel de inițiative;

- ☀ Includerea strategiilor legate de ambalaje și deșeuri de ambalaje în procesul de planificare comercială anuală pentru a ne asigura că subiectul rămâne o parte integrantă a operațiunilor;
- ☀ Stabilirea obiectivelor anuale de siguranță alimentară și de calitate, măsurabile pentru toate operațiunile, atât la nivel local, cât și la nivel de Grup, pentru a asigura îmbunătățirea continuă și respectarea tuturor standardelor.

Ambalaje comercializate pe piață și cantități recuperate

TIP DE MATERIAL	2012			2013			2014			2015		
	cantitate comercializată pe piață (kg)	cantitate recuperată (%)		cantitate comercializată pe piață (kg)	cantitate recuperată (%)		cantitate comercializată pe piață (kg)	cantitate recuperată (%)		cantitate comercializată pe piață (kg)	cantitate recuperată (%)	
		reciclare	altă metodă		reciclare	altă metodă		reciclare	altă metodă		reciclare	altă metodă
Sticlă	2.613.971	97,36	0	3.092.166	71,94	0	3.032.350	73,32	0	4.405.371	28,86	0
Plastic	25.868.673	62,09	0,47	23.471.872	62,41	0,79	22.453.377	59,65	2,83	24.721.321	38,55	3,48
Plastic din care PET	19.935.579	55	0	17.991.154	76,61	0	17.096.919	68,18	0	19.048.909	48,54	0
Hârtie	2.530.896	91,87	0	2.321.161	71,13	0,81	2.080.555	60	0,60	2.481.343	57,22	4,41
Metal	2.608.189	56,68	0	2.226.135	50,01	0	1.995.989	50	0	2.140.019	43,46	0
Metal din care aluminiu	2.232.334	21	0	1.870.206	25,28	0	1.540.672	21	0	1.610.774	16,54	0
Lemn	5.324.019	15,01	3,86	2.655.812	15,74	0	2.134.104	23,81	0	2.207.146	15	37,53
total	38.945.748	59,59	0,84	33.767.146	59,39	0,61	31.696.375	57,96	2,04	35.955.200	37,5	5
		60,43			60			60			38	

În 2003, am încheiat un parteneriat cu alte 11 companii din industrie pentru a înființa organizația non-profit ECOROM Ambalaje. Scopul ECOROM este de a colecta, a recupera și a recicla recipientele băuturilor, în numele industriei pe care o reprezentăm. ECOROM Ambalaje a încheiat un parteneriat cu autoritățile locale și societățile de administrare a deșeurilor, pentru a reflecta obligațiile legale ale clienților săi. Cerințele legale de reciclare pot fi găsite în anexă.

Din cauza unui blocaj major al sistemului de conformare, care a afectat întreaga industrie, nu ne-am îndeplinit obiectivele de reciclare. Piața românească de colectare și reciclare a deșeurilor de ambalaje s-a confruntat cu o situație de criză în 2015, pentru că Administrația Fondului Național de Mediu a amendat șase din cele nouă organizații

de transfer a responsabilității verificate privind deșeurile de ambalaje, din cauza operațiunilor lor de reciclare inexistente. Întregul lanț valoric a fost blocat și s-a prăbușit, ceea ce a dus la un impact major pentru toți producătorii care au lucrat cu organizațiile de transfer de responsabilitate pentru a-și îndeplini obiectivele de recuperare și reciclare.

Deoarece producția noastră de băuturi răcoritoare a crescut în 2015, a crescut și cantitatea de deșeuri solide rezultate. Cu toate acestea, datorită inițiativelor noastre, reciclarea deșeurilor solide a crescut, de asemenea, cu 1,65% comparativ cu 2014 și a fost cea mai mare din 2012. Creșterea generării de deșeuri este de asemenea atribuită parțial eliminării unei cantități mari de sticlă folosită.

Generarea și reciclarea deșeurilor solide

4,35	4,87	4,69	5,48
80	83	86,57	88,22
2012	2013	2014	2015

Generarea deșeurilor solide (g/L)

Reciclarea deșeurilor solide (%)

În 2015, am recuperat:

48,54% PET
16,54% aluminiu
28,86% sticlă

*vândute în economie



MINIMIZAREA CANTITĂȚILOR DE DEȘEURI ÎN UNITĂȚILE NOASTRE

În 2013, am introdus conceptul de **Near Loss** pentru a crește gradul de conștientizare a impactului asupra mediului în organizația noastră și pentru a cultiva responsabilitatea față de mediu.



În 2015, Coca-Cola HBC a introdus Premiul individual pentru identificarea unui caz de Near Loss,

inițiat cu scopul de a recompensa angajații pentru eforturile lor de a reduce la minimum impactul asupra mediului.

Inițiativa are beneficii semnificative, deoarece ne ajută să identificăm mai rapid pierderile și să dezvoltăm metode de rezolvare, de sensibilizare și de recunoaștere a importanței și a relevanței protecției mediului. Prin implementarea acestei inițiative, suntem capabili să detectăm posibilele disfuncționalități ale echipamentelor și neglijenței umane, într-o fază incipientă. În ceea ce privește deșeurile, suntem capabili să le separăm corespunzător și să gestionăm procesarea lor. De asemenea, putem minimiza generarea inutilă de deșeuri și mai ales putem preveni orice comportament risipitor. Constatările privind pierderile potențiale sunt detectate și raportate prin mai multe moduri, cum ar fi auditurile de tip *Walk the Talk*, memo-uri de îmbunătățire și notificări prin Sistemul nostru operațional, pentru ca toate acțiunile necesare de remediere și îmbunătățire să aibă loc.

Inițiativa *Near Loss* s-a conturat și a prins rădăcini la Fabrica din Ploiești și mai târziu a fost adoptată la nivelul Grupului Coca-Cola HBC. Ca urmare, pierderile potențiale raportate din locațiile Coca-Cola HBC în 2015 au fost de 7.304, din care 85% au fost rezolvate în timpul anului, conducând la o schimbare de mentalitate progresivă și, în cele din urmă, la performanță.

Exemple de procese care intră sub incidența inițiativei *Near Loss* de-a lungul producției:

- ☀ **SCURGEREA/PIERDERILE DE LICHIDE** (apă caldă/rece, ulei, glicol, benzină, etc.)
- ☀ **PIERDERILE DE ENERGIE** (abur, hidraulice, pneumatice, electrice, gaz natural, etc.)
- ☀ **SCURGEREA DE GAZE** (CO₂, aer comprimat, etc.)
- ☀ **GESTIONAREA INCORECTĂ A SUBSTANȚELOR CHIMICE** (scurgeri, pierderi, etc.)
- ☀ **SEPARARE/SEGREGARE/MANIPULARE GREȘITĂ A DEȘEURILOR**
- ☀ **DEȘEURI CARE POT FI RECICLATE ÎN LOC SĂ FIE DEPOZITATE**

Prin campania noastră

Viața după eliminarea deșeurilor,

campanie de conștientizare cu privire la importanța colectării selective a deșeurilor:

- ✉ **am expediat 2.050 de scrisori** autorităților solicitând punerea în aplicare a sistemului de colectare selectivă
- ▶ **12.300 de oameni** au accesat clipul postat pe YouTube
- 👤 **32.772 vizitatori unici** au vizitat site-ul nostru pentru a se informa

Eliminarea deșeurilor

Coca-Cola HBC România înțelege responsabilitatea tratării deșeurilor, atât pentru deșeurile periculoase, cât și pentru cele nepericuloase. Metodele noastre de eliminare variază în ceea ce privește tipul de deșeuri generate și cooperăm cu contractori autorizați pentru fiecare tip de deșeuri. Fabricile noastre de îmbuteliere sunt, de asemenea, în mod regulat auditate în raport cu standardele de mediu ale companiei Coca-Cola.

Eliminarea deșeurilor

TIP DE DEȘEURI	GREUTATE (kg)	METODĂ DE ELIMINARE
Lubrifiant	40	Valorificare / Recuperare
Ulei (folosit)	2.990	Valorificare / Recuperare
Reziduuri de hidrocarburi	105	Eliminare
Filtre de ulei	270	Eliminare
Pulverizator de lubrifianti	420	Eliminare
Absorbanți contaminați cu substanțe periculoase	1.385	Eliminare
Șervețele murdare cu ulei/unsoare		
Chimicale expirate (anorganice), reactivi folosiți	5.400	Eliminare
Deșeuri de cerneală care conțin substanțe periculoase - Ribon	100	Eliminare
Ambalaje care conțin reziduuri sau au fost contaminate cu substanțe periculoase	208.000	Decontaminare & Valorificare / Recuperare
Baterii și acumulatori	60	Valorificare / Recuperare
DEEE - tuburi fluorescente	60	Valorificare / Recuperare

Metode de eliminarea a deșeurilor periculoase și nepericuloase

METODE DE ELIMINARE	GREUTATE TOTALĂ DE DEȘEURI PERICULOASE (kg)	GREUTATE TOTALĂ DE DEȘEURI NEPERICULOASE (kg)
Refolosire	-	380
Reciclare	200	4.859.657
Recuperare, inclusiv recuperarea energiei	0	30.180
Incinerare (ardere în masă)	0	895
Depozit de deșeuri	-	408.790
Altă metodă	218.310	0

În 2015, nu au existat și nu au fost raportate incidente de gestionare inefficientă a deșeurilor.



Datorită creșterii afacerii, cererea pentru vehicule suplimentare (vânzări și management), precum și distanța de transport (numărul de călătorii și distanțe pentru transportul mărfurilor) au crescut. Compania noastră a luat măsuri pentru a atenua impactul asupra mediului cauzat de numărul tot mai mare de transporturi.

4. MEDIU: RESPONSABILITATE, EFICIENȚĂ, RESPECT

- CELE MAI SEMNIFICATIVE ACȚIUNI ÎNTREPRINSE SUNT:**
- ☀ **Rute optimizate pentru camioane;**
 - ☀ **Introducerea vehiculelor cu un consum redus de combustibil.**

Coca-Cola HBC România se angajează să își desfășoare activitățile comerciale acordând o atenție deosebită protecției mediului, sănătății și siguranței angajaților săi și a celor care lucrează în numele său. Respectăm politicile relevante, conform obiectivelor companiei, și punem în aplicare programe de management pentru mediu și pentru sănătatea și securitatea la locul de muncă, în scopul îndeplinirii obiectivelor noastre.

Acționăm într-o manieră responsabilă și scopul nostru este de a utiliza resursele naturale în mod eficient. Exploatarea parcului auto (vehicule pentru: vânzarea către client, alocate personalului, transport și distribuția de echipamente pentru băuturi reci) este îmbunătățită în mod continuu pentru a crește performanțele în domeniul mediului și sănătății și securității la locul de muncă.

Pentru a conserva mediul înconjurător și a proteja sănătatea angajaților și a celorlalți participanți activi în trafic, stabilim rute de distribuție și vânzare într-un mod care să asigure utilizarea eficientă a combustibilului și să evite oboseala șoferilor care lucrează pentru și în numele Coca-Cola HBC România. În plus, am investit în instalarea unor dispozitive speciale pentru a monitoriza erorile de trafic pentru tot parcul auto, ceea ce a dus la o reducere semnificativă a incidentelor din trafic care implică parcul nostru auto. De asemenea, avem în vedere condițiile optime de transport, astfel încât produsele livrate să mențină calitatea necesară. Oferim dovezi documentate și o stare tehnică actualizată a vehiculelor utilizate de personalul care lucrează pentru și în numele Coca-Cola HBC România și

evaluăm și extindem utilizarea combustibililor alternativi și a vehiculelor hibride în parcul nostru auto.

Am efectuat teste ale camioanelor hibride în Europa, unde tehnologia nu este încă disponibilă în comerț. Din moment ce aceste inițiative sunt încă într-un stadiu incipient, ne concentrăm, de asemenea, pe reducerea impactului parcului nostru auto convențional. Din acest motiv, reducem dimensiunile motoarelor și monitorizăm consumul de combustibil și emisiile de CO₂. Pentru că mașinile companiei sunt contractate pe baza unui contract de leasing, societatea de leasing este responsabilă să respecte standardele noastre.

În plus, toți angajații sunt instruiți în conducerea eficientă din punctul de vedere al combustibilului (*Conduc Eco*). Programul se adresează șoferilor de camioane și de autoturisme din flota companiei și îi învață bune practici pentru a conduce în siguranță și într-un mod ecologic. Rezultatele inițiale sunt încurajatoare, indicând potențialul de reducere semnificativă a emisiilor de CO₂, într-un timp scurt.

Transport

	2012	2013	2014	2015
Emisii CO ₂ (g/km)	158,75	156,25	152,41	162,71
Consum de combustibil (litri/100 km)	6,01	5,90	5,76	6.14

În 2015, cele 681 de vehicule ale companiei au parcurs **21.630.817 km.**

3% din noua flotă de mașini este formată din autovehicule cu emisii reduse de carbon.

Proiectul *eco-wash* (al cărui scop este ca o parte din parcul nostru auto să fie spălat ecologic, folosind soluții ecologice în loc de apă) a dus la economii suplimentare de apă de **59 de metri cubi, comparativ cu 2014.**

Energie și schimbări climatice

SCOPUL NOSTRU ESTE DE A ADOPTA O POZIȚIE DE LIDER, ADAPTÂND AFACEREA NOASTRĂ LA CERINȚELE ȘI OPORTUNITĂȚILE UNEI ECONOMII CU EMISII REDUSE DE CARBON.

Ca rezultat, accelerăm eforturile în acele zone ale afacerii noastre care utilizează cea mai multă energie: fabricile noastre de îmbuteliere, parcul auto și sistemele de răcire a băuturilor răcoritoare.

Schimbările climatice reprezintă o amenințare serioasă, fiind cea mai urgentă provocare de mediu. Am conștientizat importanța protejării climei, riscurile asociate cu schimbările climatice și ne-am angajat să furnizăm informații complete cu privire la măsurarea și gestionarea amprente de carbon, dar și cu privire la strategia noastră față de schimbările climatice și la gestionarea riscurilor. În urma analizei surselor noastre de consum de energie, ne-am concentrat asupra

acelor activități care degajă cea mai mare proporție a emisiilor de dioxid de carbon și am pus în aplicare activități pentru a reduce impactul emisiilor.

Conform Politicii noastre privind schimbările climatice, ne străduim să limităm impactul nostru asupra mediului înconjurător și să desfășurăm toate activitățile noastre comerciale urmând un model sustenabil.

STRATEGIA NOASTRĂ S-A CONCRETIZAT ÎN REZULTATE CA:

- 💡 **Introducerea tehnologiei cu LED-uri pentru iluminare**
- 🔌 **Implementarea unor programe de conducere în siguranță și într-un mod ecologic**
- 💧 **Introducerea noului sistem de răcire a băuturilor răcoritoare, eficient energetic**
- 🔧 **Introducerea unui agent, în interiorul rășinii, care îmbunătățește comportamentul termic al acesteia în timpul procesului de suflare**
- 🏠 **Inovare prin scăderea greutatea PET-ului**
- 🌿 **Izolarea țevilor pentru a minimiza pierderile de energie**
- 🌬️ **Implementarea programelor pentru aer comprimat și gestionarea aerului**
- ⚡ **Construirea unităților termice și electrice combinate**
- ⚙️ **Extinderea programelor de economisire a energiei**



Eficiența energetică

INIȚIATIVELE NOASTRE PRIVIND REDUCEREA CONSUMULUI DE ENERGIE ȘI CREȘTEREA EFICIENȚEI ENERGETICE SUNT PUSE ÎN APLICARE ANUAL. TOP 3 INIȚIATIVE SUNT:

1. Înlocuirea becurilor cu halogen cu LED-uri

Am introdus becurile cu LED pentru a înlocui lămpile cu halogen vechi cu un consum mai mare de energie. Programul este în curs de desfășurare și, până în prezent, ne-am concentrat asupra zonelor de producție, laboratoarelor de asigurare a calității, atelierelor electrice și mecanice și birourilor. Ca rezultat, o mai bună iluminare îmbunătățește condițiile de lucru și economisește energie.

2. Optimizarea sterilizării siropului de zahăr prin diferențierea metodei: pasteurizare și tratament UV.

Sterilizarea siropului simplu poate fi realizată prin pasteurizare folosind energia termică și prin lumină ultravioletă, folosind cantități mai mici de energie electrică. Pasteurizarea termică este utilizată numai pentru produsele fără conservanți, iar pentru restul produselor folosim lumină UV.

3. Reducerea consumului de aer comprimat prin instalarea suflantelor de aer.

Am înlocuit aerul comprimat folosit de benzile transportoare pentru uscarea suprafeței exterioare a sticlelor (prin aplicarea codificării și etichetelor în prealabil) cu suflante de aer. Suflantele de aer sunt echipate cu ventilatoare centrifugale care produc volum mai mare de aer la o presiune mai mică decât compresoarele, ceea ce solicită mai puțină energie.

Utilizarea, consumul și performanța energetică:

	2012	2013	2014	2015
Raportul de energie: Intensitatea energetică (MJ/L)	0,42	0,43	0,49	0,45
Consum de energie termică (MJ/L)	0,17	0,17	0,18	0,22
Consum de energie electrică (MJ/L)	0,24	0,25	0,26	0,23
Electricitate de la furnizori (MJ)	89.163.773	76.975.996	70.120.670	77.728.029
Electricitate de la furnizori: % din energii regenerabile	0,20	0,21	0,35	0,50
Electricitate de la CHP (MJ)	206.701.385	207.542.264	220.226.610	156.811.579
Electricitate pentru fabricarea semifabricatelor (MJ)	37.954.140	34.244.621	35.976.293	39.316.476.031
Electricitate pentru suflarea sticlei (MJ)	57.831.080	71.005.130	54.757.401	76.266.980.068
Consum total de electricitate (MJ)	295.875.498	259.465.846	290.359.349	222.291.428.124
Consum ulei de combustibil lichid ușor (MJ)	19.037.380	20.355.465	19.230.393	2.929.290
Consum ulei greu (MJ)	593.563	358.937	0	0
Propan sau consum GPL (MJ)	12.400.950	9.228.818	7.816.993	5.390.612
Consum de gaz natural (MJ), achiziționat direct	64.066.592	53.920.544	48.844.089	51.502.460



În 2015, am reușit să reducem raportul nostru de consum de energie pentru producerea de bunuri finite până la 0,45 MJ/L, valoare de 9,2% mai mică față de cea obținută pentru anul 2014. Pentru implementarea cu succes a tehnologiei noi eficiente energetic, proceselor și programelor de economisire a energiei, am investit **aproximativ 245.000 €**.

În 2015, am redus consumul de combustibil ușor pentru operațiunile noastre cu 15%, nu folosim ulei greu din 2012 și folosim din ce în ce mai multă energie regenerabilă pentru electricitate în comparație cu anii anteriori. Scăderea consumului de ulei din combustibil lichid este atribuită în principal Fabricii din Poiana Negrii care a utilizat GPL pentru boilere în locul uleiului ușor, din februarie 2015.

Pe parcursul perioadei de raportare, o amendă de la Autoritatea de Mediu a fost aplicată companiei noastre pentru o neconformare legată de înregistrările gestionării deșeurilor pentru luna septembrie 2015. Amenda aplicată a fost de 665 € și a fost plătită.

Protejarea climei

Emisiile directe de gaze cu efect de seră din operațiunile noastre rezultă în mare parte din utilizarea energiei pentru fabricile de îmbuteliere și parcul auto. Emisiile indirecte provin din materii prime (ingrediente și ambalaje) și echipamentele de răcire. Ne-am angajat prin strategia și activitățile noastre să facem față schimbărilor climatice.

ÎN CONFORMITATE CU POLITICA NOASTRĂ PRIVIND SCHIMBĂRILE CLIMATICE:

- ☀️ Reducem energia utilizată în operațiunile noastre;
- ☀️ Implementăm tehnologiile alternative sau regenerabile de energie, cum ar fi centralele termice și electrice combinate și panourile solare, pentru a furniza energie durabilă suplimentară pentru unitățile noastre de producție;
- ☀️ Colaborăm cu părțile co-interesate în vederea combaterii schimbărilor climatice;
- ☀️ Lucrăm cu furnizorii pentru reducerea carbonului din materialele de ambalare;
- ☀️ Reducem cantitatea de carbon a echipamentelor de băuturi reci și ingredientelor;
- ☀️ Consiliem furnizorii pentru a minimiza impactul de carbon;
- ☀️ Stabilim obiective de reducere a emisiilor de carbon ale lanțului de aprovizionare;
- ☀️ Raportăm emisiile noastre de gaze cu efect de seră, obiectivele, rezultatele și activitățile în mod deschis și în conformitate cu Protocolul de gaze cu efect de seră;
- ☀️ Promovăm conștientizarea și acțiunea.

În fabricile noastre, implementăm programe de economisire a energiei pentru a reduce emisiile de CO₂ pentru fiecare litru produs de băutură răcoritoare. Deoarece operațiunile noastre de îmbuteliere utilizează mai multă energie decât birourile noastre și alte unități, acestea constituie zona noastră principală de interes.



Sisteme de cogenerare

Cele mai importante reduceri ale amprentei noastre de carbon vor proveni din reducerea consumului de energie.

Din acest motiv, am investit în **centrale de cogenerare (CHP)**, deja construite la Ploiești și în curs de construcție la fabrica noastră din Timișoara. Patru centrale CHP sunt în prezent în funcțiune, iar alte 12 sunt în diferite stadii de dezvoltare sau de construcție la nivel de Grup și vor reprezenta următoarele noastre surse de economisire și eficiență energetică. Unitățile CHP vor acoperi cererea de încălzire, răcire și electricitate în fabricile noastre de îmbuteliere. Ca rezultat, fabricile noastre vor fi mai curate și mai eficiente.

LA FINALIZAREA PROGRAMULUI, VOM FI ÎN MĂSURĂ SĂ REDUCEM EMISIILE DE CO₂ PROVENITE DE LA TOATE FABRICILE NOASTRE DE PRODUCȚIE CU 20% ȘI CU MAI MULT DE 40% ÎN PLOIEȘTI ȘI TIMIȘOARA.



Programe de reducere a consumului de energie

Programul Green IT schimbă echipamentul IT pe care îl folosim, precum și modul în care îl folosim. Prin utilizarea **conferinței audio, video și online**, reducem în mod semnificativ călătoriile de afaceri și emisiile de CO₂ aferente.

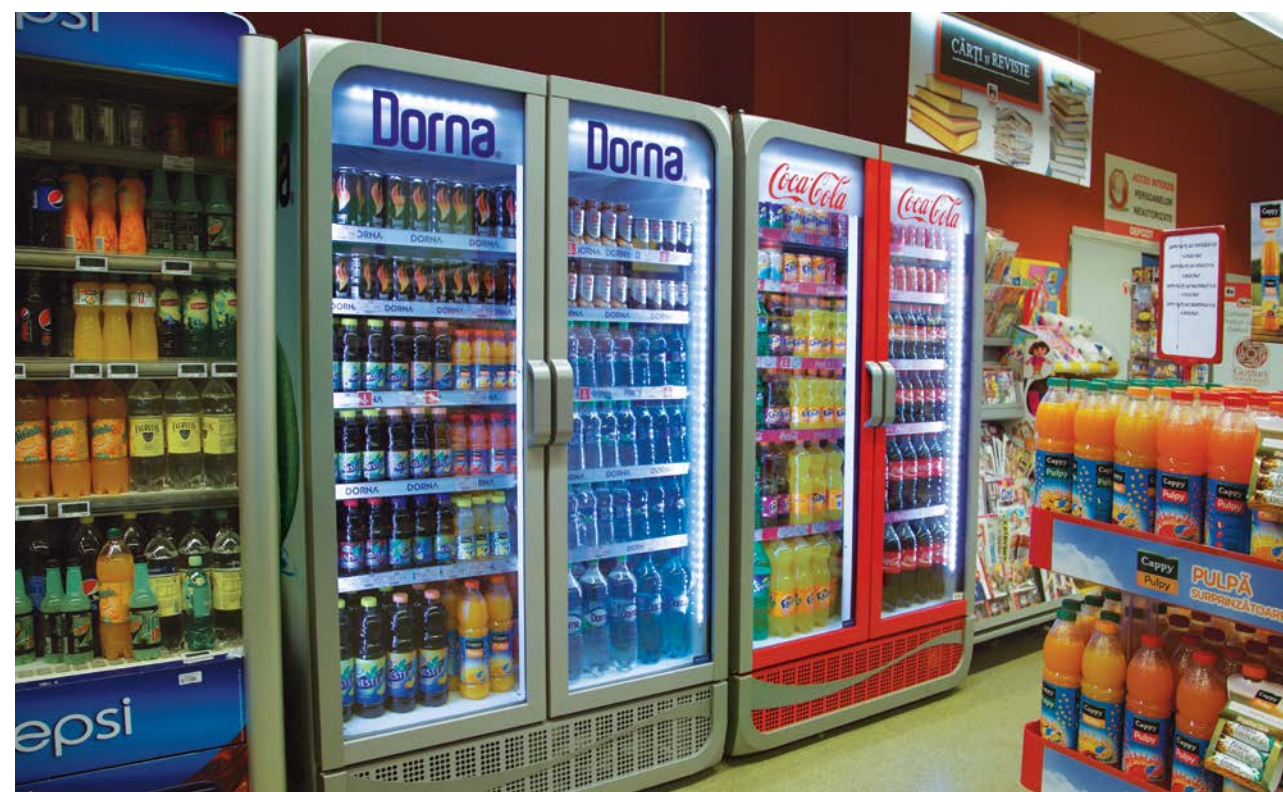
Parcul auto și comportamentul la volan

Parcul nostru auto și modul cum este condusă flota noastră pot afecta mediul. În scopul de a atenua impactul pe care noi îl producem, evaluăm și extindem utilizarea **combustibililor alternativi** și a **vehiculelor hibride** în parcul auto și ne **educăm angajații în șofatul economic, eficient din punctul de vedere al consumului de combustibil** (programul de condus Eco), **prin schimbarea treptelor de viteză din timp, condusul la viteză optimă și tehnicile de siguranță**. Cu aceste inițiative, suntem capabili să reducem emisiile de CO₂ în toată activitatea noastră.

Dispozitive de răcire a băuturilor răcoritoare eficiente energetic

Clienții noștri își doresc să găsească băuturi reci în restaurante și magazine. Este esențial pentru afacerea noastră să plasăm frigidere și alte echipamente frigorifice la sediul clientului. Chiar dacă noi doar operăm acest echipament, suntem responsabili pentru reducerea cantității de carbon emise. Prin urmare, lucrăm cu furnizorii noștri pentru a îmbunătăți eficiența energetică a echipamentului. Mulțumită îmbunătățirilor tehnologice în dezvoltarea de noi modele de dispozitive de răcire, precum și dispozitive de gestionare a energiei, putem achiziționa acum frigidere care sunt cu până la 50% mai eficiente energetic față de anul 2004. Dincolo de caracteristicile tehnice ale echipamentului, este de asemenea important ca acesta să fie utilizat inteligent. Prin urmare, ne instruiem angajații pentru a se asigura că aparatele de răcire de pe piață funcționează eficient.

În plus, lucrăm în direcția eliminării hidrofluorocarburilor (HFC), gazele cu efect de seră utilizate pe scară largă în refrigerarea comercială și de uz casnic. Nu mai folosim HFC-uri în spuma de izolare și clorofluorocarburile (CFC), deoarece acestea au fost aproape complet eliminate din echipamentele noastre printr-un program de captare și de recuperare pe piață.



Emisii

DOMENIU DE APLICARE 1: EMISII DIRECTE DE GAZE CU EFECT DE SERĂ (GHG)

- ☀ CO₂ din fabricile de îmbuteliere care folosesc combustibili fosili.
- ☀ CO₂ din parcul auto care utilizează combustibili fosili.
- ☀ Lichide de răcire în CDE.
- ☀ Pierderi de CO₂ în timpul producției.
- ☀ CO₂ de la consumul de combustibil de la punctele izolate de lucru.

DOMENIU DE APLICARE 2: EMISII INDIRECTE DE ENERGIE CU EFECT DE GAZE DE SERĂ (GHG)

- ☀ CO₂ din energia electrică furnizată.
- ☀ Emisiile de CO₂ generate de aburul furnizat, apă caldă, răcire.
- ☀ MB – CO₂ din consumul de electricitate de la punctele izolate de lucru.

DOMENIU DE APLICARE 3: ALTE EMISII INDIRECTE DE GAZE CU EFECT DE SERĂ (GHG)

- ☀ CO₂ în produs (sursă nereciclăată).
- ☀ Emisiile de CO₂ rezultate din consumul de energie electrică CDE.
- ☀ Emisii totale de CO₂ dintr-un terț parc auto (combustibili).
- ☀ Emisii de CO₂ generate de ambalaje primare.
- ☀ Emisii de CO₂ generate de ambalaje secundare.
- ☀ CO₂ din zahăr și îndulcitori.

Pentru a calcula cele trei domenii de aplicare, am inclus următoarele gaze: CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃, în conformitate cu Standardul Raportării și Contabilității Corporative a Protocolului de Gaze cu efect de seră iar, ca referință, ne-am raportat la schimbările care au avut loc față de anul 2010. Calculele noastre se bazează pe cantitatea de băuturi îmbuteliate în litri. Am folosit instrumentele furnizate de Protocolul GHG pentru combustia mobilă și staționară, de Agenția Internațională de Energie pentru date de energie electrică bazate pe locație, dar am folosit și informații despre piața locală de la furnizorul nostru de energie electrică. Pentru materiale de ambalaj și ingrediente, am folosit evaluarea ciclului de viață (LCA) oferită de compania Coca-Cola, care utilizează studii de la Ecoinvent și IFEU.

CO₂ eq (tone)



domeniu de aplicare 1: **18.947**

7%

domeniu de aplicare 2: **13.232**

5%

domeniu de aplicare 3: **250.309**

89%

Realizări

In CO ₂ eq (tons)	2015	2015 vs 2010	2015 vs 2014
Domeniul de aplicare 1+2	32.180	-55,18%	-5,32%
Domeniul de aplicare 3	250.309	-13,63%	6,50%
Total domeniile de aplicare 1+2+3	282.488	-21,88%	5,01%

am realizat o scădere cu
5,32%
a emisiilor de CO₂
aferente domeniilor de
aplicare 1&2 față de anul
de referință 2010

Raport emisii CO₂ [g/lpb]

	2010	2015 vs 2010	2015 vs 2014
Domeniul de aplicare 1+2	33,90	-53,78%	-17,45%
Domeniul de aplicare 3	263,40	-10,92%	-7,14%
Total domeniile de aplicare 1+2+3	297,20	-19,43%	-8,44%

REALIZĂRI:

În 2015, am redus emisiile de CO₂ cu 423.84 tone metrice în 2015 față de 2014 datorită contribuției CDE (Cold Drink Equipment)), astfel:

- ☀ am achiziționat 1.279 de CDE mai eficiente energetic
- ☀ am achiziționat 436 de CDE care nu conțin HFC
- ☀ 367 de CDE-uri au fost modernizate (trecere la iluminarea cu LED)

Top 3 zone cu emisii reduse (tendință de scădere)

	2015 (tons)	2015 vs 2010	2015 vs 2014
Domeniul de aplicare 1: Lichide de răcire în CDE	964	-10,82%	-6,80%
Domeniul de aplicare 2: CO ₂ din electricitatea furnizată	29.766	-71,00%	-44,81%
Domeniul de aplicare 3: emisii de CO ₂ din consumul de electricitate al CDE	129.009	-31,43%	-23,93%



Emisii în aer

	TIMIȘOARA kg	POIANA NEGRII kg	GREUTATE TOTALĂ kg
--	-----------------	------------------------	--------------------------

NOx	597,86	319,29	917,15
SOx	1,03	542,79	543,82
Particule de materie (PM)	15,11	1094,70	1109,81
Alte categorii standard de emisii de aer identificate în regulamentele relevante	970,91	349,06	1319,97

Emisiile de poluanți atmosferici se află în centrul strategiei noastre pentru reducerea efectelor pe care operațiunile noastre le au asupra mediului.

Suntem responsabili pentru emisiile noastre de poluanți atmosferici și măsurăm particulele emise din fabricile din Timișoara și Poiana Negrii. În particular, măsurăm NOx, SOx, particulele de materie (PM) și alte categorii standard ale emisiilor de aer identificate în reglementări relevante. Poluanții organici persistenți (POP), Compușii organici volatili (COV), Poluanții atmosferici periculoși (PAP) și emisiile biogene de CO₂ au făcut parte din măsurători în timpul perioadei de raportare.

INIȚIATIVĂ

REDUCERE REALIZATĂ

Nou CDE achiziționat, mai eficient energetic, fără HFC

Economisirea energiei = 812.660 KWh/ an, echivalent cu 352,25 tone metrice de CO₂

CDE modernizat (modificare la iluminat cu LED)

Economisirea energiei = 165.150 KWh/ an, echivalent cu 71,59 tone metrice de CO₂

Noi parcuri auto cu emisie de carbon mai mică

3% (tone CO₂)

Am implementat numeroase strategii de economisire a energiei pentru fiecare fabrică, cum ar fi introducerea tehnologiei cu LED pentru iluminare, izolarea conductelor pentru minimizarea pierderii energetice, programe pentru aer comprimat & administrarea aerului. Aceste eforturi pentru protecția mediului au reprezentat investiții de aproximativ **245.000 €** în timpul perioadei de raportare. Pentru eliminarea deșeurilor am investit numai în 2015 suma de **255.513 €**.





5

CREȘTEM ÎMPREUNĂ:
COMUNITĂȚILE ÎN CARE
ACTIVĂM



Este important să înțelegem ce contează cel mai mult pentru membrii comunităților noastre pentru că asta ne permite să dezvoltăm și să punem în aplicare programe relevante și de impact, implicând părțile co-interesate externe și interne.



Scopul nostru este de a fi un bun vecin.

Vrem să contribuim la creșterea calității vieții în fiecare comunitate în care ne desfășurăm activitatea. Aducem beneficii economice prin activitățile noastre comerciale de bază în timp ce sprijinim programe de investiții în comunitate.

Recunoaștem puterea cuvântului *împreună*, iar în 2015 am continuat parteneriatele strategice cu ONG-urile care ne-au ajutat să oferim cele mai bune rezultate de-a lungul anilor.

În 2015, ne-am concentrat în principal pe trei domenii-cheie: apă & mediu, stilul de viață sănătos activ și dezvoltarea tinerilor.

2015 a reprezentat nașterea platformei sustenabile, DupăNoi (dupanoi.ro). Această platformă ne va permite să integrăm toate eforturile noastre, să sprijinim extinderea impactului nostru în comunitățile locale și va inspira oamenii să ia în considerare modul cum Coca-Cola HBC contribuie la o lume mai bună. Această platformă va sprijini, de asemenea, oamenii din comunitățile noastre prin furnizarea de instrumente pentru a le permite să se implice într-o varietate de activități, de la responsabilitate ecologică la inițiative de sustenabilitate.

Partenerii noștri de încredere au o experiență dovedită și se concentrează pe obținerea unor rezultate concrete într-un mod transparent și metodic.

Desigur, niciuna dintre inițiativele noastre nu ar fi fost posibilă fără contribuția inestimabilă a colegilor noștri, care se implică de fiecare dată când este nevoie de sprijinul lor. Colegii noștri fac eforturi suplimentare și sugerează noi idei de proiecte (de exemplu, reabilitarea eco-turistică a cascadei Bigar care urmează să fie pusă în aplicare în 2016). În 2015, aproximativ 700 de angajați au făcut voluntariat în diferite acțiuni de plantare de copaci, de curățare a râurilor, de participare la maratoane, sau de susținere a cauzelor, prin donarea de cadouri de Crăciun copiilor defavorizați, prin găsirea de soluții privitoare la livrarea apei sau prin implicarea alături de voluntarii Crucii Roșii după incendiul din Clubul Colectiv. Implicarea lor este încă o dovadă că ceea ce facem contează cu adevărat.

CREAREA DE VALOARE ECONOMICĂ

Coca-Cola HBC România contribuie în mod semnificativ la economia națională. Impactul direct se referă la angajarea forțelor locale în cele trei fabrici ale noastre, în centrele și birourile de vânzări și de distribuție și la plata taxelor către Guvern. Compania noastră aduce de asemenea beneficii indirecte, cum ar fi *efectul de multiplicare*. Acest lucru înseamnă că, pentru fiecare loc de muncă în sistemul nostru, se creează până la alte 12 locuri de muncă în rândul furnizorilor și clienților noștri. În plus, ca un investitor de bază în România, vom facilita introducerea de noi cunoștințe și tehnologii pe piață și vom atrage alți potențiali investitori.

Inițiativele noastre cheie

Este de o importanță semnificativă pentru succesul nostru pe termen lung să ne asigurăm că produsele noastre fac parte dintr-un regim alimentar echilibrat, combinat cu un stil de viață activ, sănătos și activitate fizică regulată.

Cele patru angajamente globale ale companiei Coca-Cola contribuie în continuare la dezvoltarea unor comunități mai fericite, mai active, mai sănătoase:

- 1** Oferirea de opțiuni de băuturi cu calorii scăzute sau zero calorii pe fiecare piață în care operăm
- 2** Furnizarea de informații nutriționale transparente, menționând kaloriile pe eticheta din față a tuturor ambalajelor noastre
- 3** Motivarea oamenilor să-și îmbunătățească mereu condiția fizică prin susținerea programelor de activitate fizică în fiecare țară în care ne desfășurăm activitatea
- 4** Responsabilitatea pe piață, inclusiv fără publicitate pentru copiii sub 12 ani oriunde în lume

Parteneriate pentru mediul înconjurător

Colaborarea strânsă cu organismele guvernamentale, cu ONG-urile și cu alți parteneri ne-a permis să sprijinim conservarea, reducerea consumului de apă pe care o folosim în fabricile noastre de îmbuteliere, să ajutăm la protejarea bazinelor de captare locale și să sensibilizăm publicul cu privire la provocările legate de mediu.

Unele dintre parteneriatele noastre de lungă durată includ:



Dunărea verde este programul nostru pilot și unul dintre parteneriatele noastre de lungă durată. În parteneriat cu Comisia Internațională pentru Protecția Fluviului Dunărea, desfășurăm activități de conservare și de conștientizare în România și în alte nouă țări situate în bazinul hidrografic. Aceste activități includ sărbători anuale de Ziua Dunării la care zeci/sute de mii de oameni participă cu scopul de a crește gradul de conștientizare cu privire la valorile economice, istorice și de mediu ale fluviului Dunărea.



Programul integrat **Adoptă un râu de la izvoare până la vărsare** a fost pus în aplicare în partea de nord a țării, în parteneriat cu asociația Tășuleasa Social și ONG-ul Viitor Plus și a dus la:

☀ **66.500** de copaci plantați,

☀ **8.500** de voluntari implicați în proiect.

Ca parte a inițiativei **Adoptă un râu de la izvoare până la vărsare**, am înființat **Centrul Educațional al Apei** la una dintre fostele noastre fabrici din Dorna Căndrenilor. Acolo,

adolescenții din zonă pot obține informații cu privire la biodiversitate, poluare și modalități de abordare pentru viitor a unor teme precum turismul responsabil și exemple de bune practici în domeniul voluntariatului. Proiectul a fost realizat în parteneriat cu Ministerul Mediului și Pădurilor, Parcul Național Călimani și organizația non-guvernamentală Tășuleasa Social. Printr-o serie de alte campanii educaționale și ecologice dezvoltate în timp în localitatea Dorna Căndrenilor, contribuim la protejarea și conservarea pe termen lung a bogățiilor naturale și a resurselor de apă în zona din care izvorăsc apele noastre minerale.



Lucrăm cu ICPDR (Comisia Internațională pentru Protecția Fluviului Dunărea), Institutul Național Delta Dunării pentru Cercetare și Dezvoltare, Administrația Rezervației Biosferei Delta Dunării, Asociația Salvați Dunărea și Delta, Direcția Apelor Litoral Dobrogea, Sistemul de Gospodărire a Apelor Tulcea și Agenția Națională pentru Protecția Mediului pentru a conserva fluviul Dunărea și Delta.



Standardul european de administrare a apei (EWS) abordează provocările de zi cu zi ale utilizatorilor de apă din interiorul și din afara Europei. Coca-Cola HBC România a participat la această inițiativă de la lansare, fiind parte a fazei pilot. Premiera fabricii Coca-Cola HBC România Ploiești cu European Water Stewardship în 2013 a făcut ca aceasta să devină prima din lume care a primit această distincție, urmată de fabricile Poiana Negrii și Timișoara în 2014. Coca-Cola HBC România devine prima țară din grupul Coca-Cola HBC care are toate fabricile certificate conform standardului EWS.



La nivel internațional, Coca-Cola HBC este semnatar fondator al CEO Water Mandate al UN Global Compact. Pentru o mai bună înțelegere a utilizării apei în cadrul lanțului de aprovizionare, Coca-Cola HBC lucrează, de asemenea, cu Water Footprint Network.



La nivel internațional, Coca-Cola HBC este semnatar fondator al **Griji pentru climă**, program al UN Global Compact, cea mai mare coalțiție de afaceri la nivel mondial asupra climei.

În România, tăierea ilegală a copacilor a fost declarată oficial vulnerabilitate în securitatea națională. Recentul raport al Greenpeace arată că în fiecare oră, în România, trei acri de pădure sunt tăiați ilegal (62 de cazuri de tăieri ilegale în fiecare zi). În 2015 am dezvoltat activități educaționale în acest sens. În parteneriat cu ONG-urile Tășuleasa Social și ViitorPlus și cu sprijinul a 115 colegi am mobilizat peste 8.500 de voluntari în trei mari proiecte.

Pe parcursul implementării Zilei Copacului, 115 angajați voluntari și sute de participanți din comunitățile locale au plantat copaci în 50 de localități din Dorna - zona Poiana Negrii.

La a 4-a ediție a **PĂDURII PEDAGOGICE**, 600 de participanți au luat parte la ateliere și training-uri desfășurate în pădurea care se întinde pe o suprafață de trei hectare, conține 34 de elemente practice care facilitează înțelegerea de către tineri a importanței rolului pe care apa curată îl are în mediu, relația dintre apă, pădure și comunitățile locale, precum și modul în care aceste trei elemente coexistă.



Sesiunile educaționale ale Școlii de Mers pe Munte au fost organizate în **38 orașe.**

La cele 25 de ateliere de lucru au participat peste 2.500 de persoane.

ONG-ul Tășuleasa Social a deschis porțile campusului său de la Pasul Tihuța celor 300 de persoane selectate care au beneficiat de o perioadă de patru zile de experiență de învățare cu privire la modul de explorare a muntelui într-un mod durabil și sigur.



100 de voluntari au oferit sprijin pentru implementarea programului de la Tășuleasa Social.



Sport & activitate fizică

Principiile stilului de viață activ sunt o preocupare majoră a inițiativelor noastre. Prin urmare, încurajăm oamenii de toate vârstele să facă mai mult sport.

Go green with the Red Bike!

a fost introdus de către Coca-Cola HBC România și Green Revolution în colaborare cu Primăria Municipiului București și Federația Română de Ciclism cu scopul de a încuraja cetățenii Bucureștiului să adopte un stil de viață sănătos.

Premiile acordate de Compania Coca-Cola celor aproximativ **400 de câștigători** ai concursului au constat în biciclete roșii și echipament de protecție complet. Participanții s-au înregistrat pe **www.bicicletarosie.ro**. Evenimentul a reunit reprezentanți ai Primăriei București, primarul general al Capitalei, Dr. Sorin Oprescu, reprezentanți ai Federației Române de Ciclism, figuri sportive cunoscute și celebrități. În cadrul evenimentului, specialiștii în nutriție au ținut discursuri cu privire la hidratare și la un stil de viață sănătos.

Peste **1.200** de cetățeni din București s-au alăturat celui de-al doilea eveniment **Red Bike**, în Parcul Izvor și au participat la cel mai mare turneu de ciclism pentru amatori.

Obezitate

Într-o țară în care peste 46% dintre adulți sunt supraponderali, 9,3% sunt obezi, 25% dintre copii sunt obezi și doar 9,2% practică o activitate sportivă pe săptămână, industria noastră este contestată mai mult decât oricând. În acest context, promovarea unui stil de viață sănătos activ a fost o direcție strategică pentru noi.

În 2015, am pus în mișcare 50.566 de oameni prin proiectele noastre, dintre care majoritatea au fost organizate în colaborare cu compania Coca-Cola: Happy Moves, Urbathlon, SETS Epode, SGIM Epode. Mai mult de jumătate dintre participanți au fost activi în cadrul proiectului Happy Moves (29.801), care a fost principalul nostru program comunitar în 2015.



Happy Moves

este un concept nou lansat, care vorbește despre faptul că mișcarea și distracția merg mână în mână, iar că mișcarea se transformă în fericire. Acesta a avut loc în trei orașe: București, Cluj-Napoca și Mamaia (pe litoral) și a avut aproape **30.000 de participanți**.

Am reinventat sporturile preferate ale românilor și am adăugat o doză suplimentară de distracție. Seara, am recompensat participanții prin concerte de muzică, făcându-i astfel să se miște mai mult prin dans. Climb to Smile, Human Foosball, Kung FuN, Jump & Stick, Water Bubble Fun și curse în tandem, în tricouri supradimensionate, au fost sporturile reinventate care au convins românii că mișcarea înseamnă multă distracție. În data de 27-28 iunie în Piața Universității, peste 16.000 de bucureșteni s-au adunat și au sărbătorit mișcarea în formele sale cele mai distractive, ziua încheindu-se cu un concert și o sesiune de aerobic cu lumini fluorescente (Happy Lights Gym), în timp ce crosul de carnaval Coca-Cola a adunat peste 400 de alergători în costume colorate. Proiectul a fost o inițiativă comună între Compania Coca-Cola - Coca-Cola HBC România, împreună cu ONG-ul Green Revolution.

Dezvoltarea tinerilor

La Coca-Cola HBC România, sprijinim în mod activ dezvoltarea tinerilor prin intermediul programelor noastre, care au ca scop îndrumarea tinerilor pentru a-și dezvolta stima de sine și abilitățile de lideri. Junior Talent și IQADS Kadett sunt exemple de proiecte care au fost implementate în campusuri, în parteneriat cu ONG-urile studențești.



ATELIERE DE LUCRU: O VIZITĂ LA FABRICA DE FERICIRE

În 2013 am început să promovăm stilul de viață sănătos în rândul elevilor și am invitat traineri internaționali care au susținut sute de ore de curs în cadrul unor ateliere de lucru. Participanții au fost invitați să viziteze fabricile noastre din Ploiești și Timișoara.

Programul Turul Fabricii a apărut ca un răspuns la nevoile sistemului de învățământ românesc de a reconecta liceele cu domeniul practicii.

Acesta nu este doar un răspuns activ la nevoile sistemului educațional, ci, de asemenea, o parte a strategiei noastre de angajator de a investi în tineri cu profil tehnologic. Programul este aliniat cu eforturile noastre de a fi transparenți cu privire la produsele noastre și față de procesul de îmbuteliere.

Proiectele noastre de dezvoltare pentru tineret au fost puse în aplicare cu asociațiile de studenți și partenerul nostru cheie, ONG-ul Școala de Valori.

Zilele Porților Deschise reprezintă o oportunitate pentru angajații noștri de a beneficia de un tur ghidat al fabricii pentru ei și familiile lor. Prin această practică angajații devin mai încrezători în rolul de ambasadori ai produselor noastre și ai inițiativelor pozitive în care compania noastră se implică.

În 2015, **1.946 de elevi și 67 de profesori** au participat la vizitele la „Fabrica de Fericire”.

Vizitatorii au provenit de la 28 de școli (primare, gimnaziale și licee), din 12 orașe. Feedback-ul de la elevi și profesori a arătat că vizitele la fabrică noastre au ajutat ambele grupuri să înțeleagă mai bine procesul tehnologic al fabricii. 94% dintre elevii care au vizitat fabricile au spus că ar recomanda vizitele și altor persoane.

Ajutor în cazuri de forță majoră

CREDEM CĂ ESTE RESPONSABILITATEA NOASTRĂ SĂ OFERIM AJUTOR ÎN CAZ DE DEZASTRE NATURALE ȘI SĂ RĂSPUNDEM LA CERERILE DE SPONSORIZĂRI PRIN DONAȚII CARITABILE, IN-KIND ȘI VOLUNTARIAT. Din acest motiv, colaborăm cu autoritățile locale atunci când acestea sunt afectate de secete sau inundații. De exemplu, **am furnizat 100.000 de litri de apă potabilă după inundații și secetă în perioada 2007-2010**, deoarece apa potabilă curată este una dintre cele mai urgente nevoi în cazul inundațiilor, secetei sau a altor situații de urgență. Este de datoria noastră, ca producător de băuturi, să oferim asistență imediată atunci când este nevoie. Munca alături de echipele de intervenție ale agențiilor specializate ne permite să ne mobilizăm rapid pentru a furniza apă potabilă. În plus, sprijinim comunitățile afectate pe termen lung, acolo unde este nevoie, ajutându-le să se refacă și să se reconstruiască în urma acestor evenimente.



Parteneriatul Dorna cu Salvați Copiii

Campania **GRIJĂ PENTRU COPII** a fost lansată de Dorna și Salvați Copiii în 2013, cu scopul de a sprijini programele pentru îngrijirea adecvată a copiilor născuți prematur. 10 copii din 1.000 de nou-născuți mor înainte de vârsta de 1 an, iar principalul motiv este nașterea prematură. În România se nasc cu 25% mai mulți copii prematuri decât media europeană - unul din 10 copii din România se naște prematur.

Până la sfârșitul anului 2014, mai mult de 30 de maternități din România au beneficiat de echipamente specializate. În 2015, campania **GRIJĂ PENTRU COPII** a intrat în al treilea an. La data de 17 noiembrie 2015, de Ziua Internațională a prematurității, Dorna, împreună cu Organizația Salvați Copiii, a anunțat că încă **10 maternități din România** au fost dotate cu echipamente specializate necesare pentru îngrijirea medicală a copiilor născuți prematur.

Spitalele sunt: Spitalul de Urgență Cantacuzino din București, Spitalul de Obstetrică și Ginecologie din Brașov, Spitalul de Urgență din Caransebeș, Spitalul de Urgență Hunedoara, Spitalul Județean Târgu Mureș, Spitalul Municipal de Urgență Roman, Spitalul Municipal de Urgență Sibiu, Spitalul Municipal de Urgență Câmpulung Moldovenesc, Spitalul de Urgență Timișoara și Spitalul Județean de Urgență Vaslui.

Simona Halep, jucătoare de tenis din România, s-a alăturat cauzei și a lansat o campanie sub sloganul **Lupta copiilor născuți prematur are nevoie de cei mai mulți suporteri**. Platforma digitală, www.grijapentrucopii.ro, funcționează ca un agregator de informații despre problema nașterilor premature în România. Aici pot fi găsite materiale informative și căi alternative prin care oamenii ar putea sprijini cauza.

Grijă pentru copii

Lupta copiilor născuți prematur are nevoie de cei mai mulți suporteri.

www.grijapentrucopii.ro

în 2015,
Investiția noastră a ajuns la
50.000 €

„Am ales să sprijin campania Dorna, deoarece am avut întotdeauna o relație specială cu copiii din jurul meu. Știu cum e să lupți din greu pentru ceea ce vrei, să te confrunți cu obstacole și în ciuda acestora să mergi mai departe, dar nu-mi pot imagina cum este pentru acești copii să fie nevoiți să lupte pentru viață înainte de a afla ce este viața. Îmi doresc să îi ajut să câștige această luptă și să aibă șansa la o viață normală! Sper că cei care mă susțin se vor alătura într-un număr mare pentru cauza copiilor născuți prematur”, a spus Simona Halep.

Programele noastre

Trecerea în revistă a progreselor și succesului inițiativelor noastre este de mare importanță pentru noi, deoarece ne permite să ne îmbunătățim performanța și să ajutăm mai mulți oameni în nevoie.

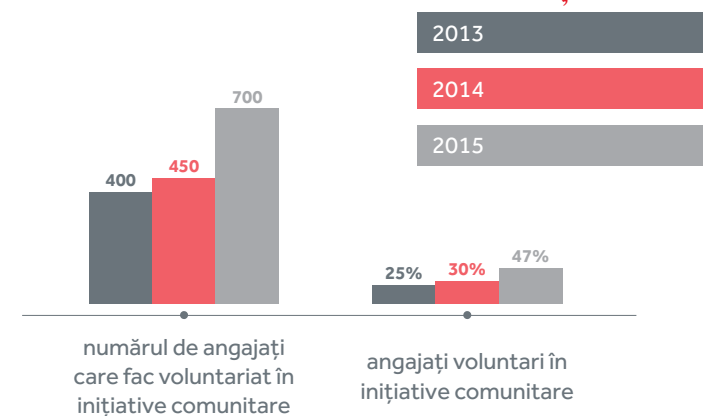
ONG-urile partenere raportează progresul programelor pe tot parcursul dezvoltării și punerii în aplicare a acestora. Practica noastră este de a avea două rapoarte de activitate: unul la mijlocul programului pentru a urmări progresul și unul la sfârșitul programului pentru a avea o imagine de ansamblu asupra impactului.

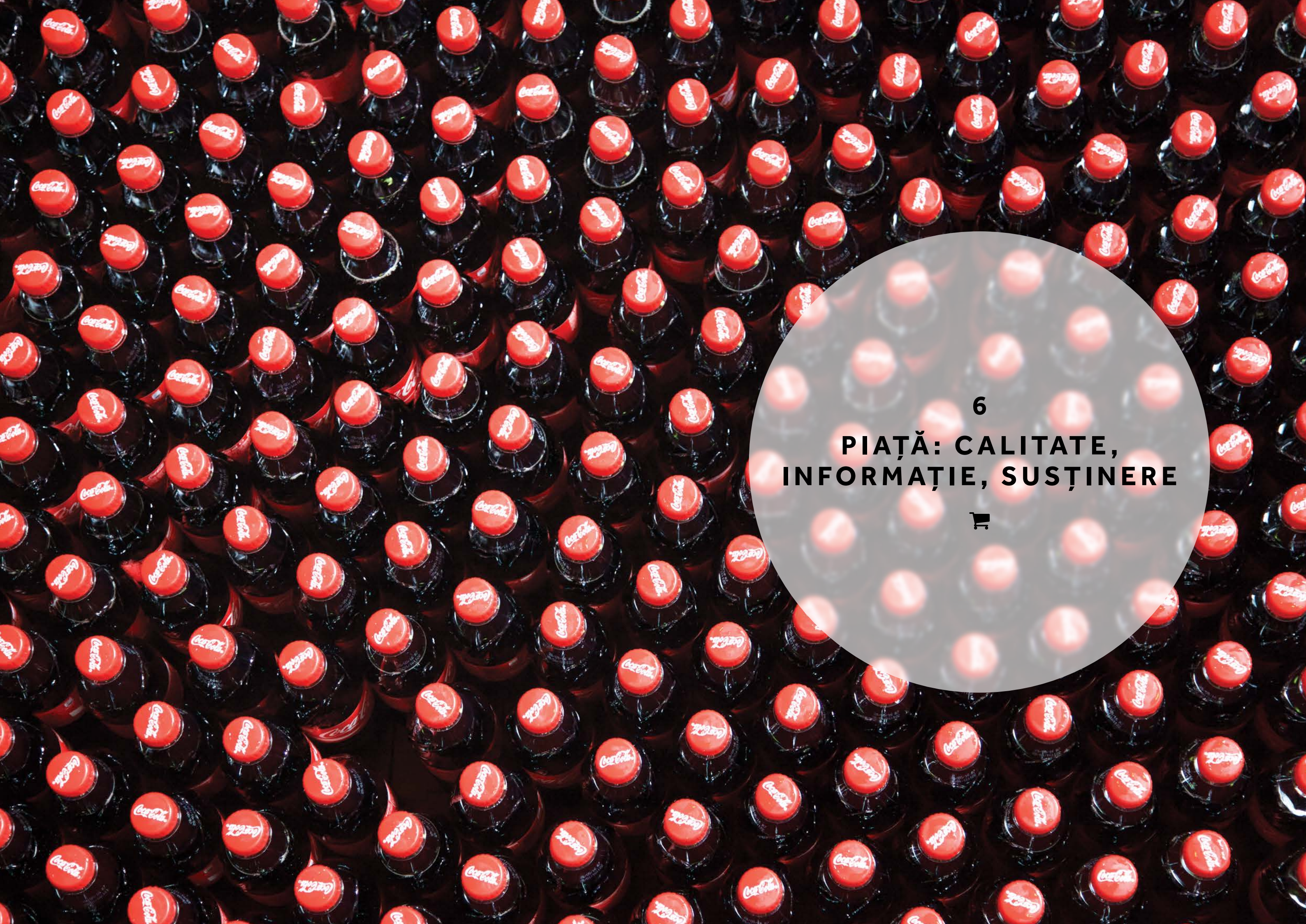
În plus față de aceste două rapoarte de activitate, solicităm și primim feedback din partea participanților la finalul programului. Feedback-ul din partea participanților este colectat prin intermediul ONG-ului partener. Acest proces ne permite să monitorizăm, să evaluăm și să îmbunătățim programele în care ne implicăm.

Voluntariat corporativ 2015 vs 2014



activități de voluntariat





6

**PIAȚĂ: CALITATE,
INFORMAȚIE, SUSȚINERE**



Băuturi de înaltă calitate

ANGAJAMENTUL FAȚĂ DE CONSUMATORII NOȘTRI ESTE DE A OFERI ÎNTOTDEAUNA BĂUTURI DE CEA MAI BUNĂ CALITATE. AM INVESTIT ÎN ÎNCREDEREA CLIEȚILOR ȘI A CONSUMATORILOR NOȘTRI ȘI O ONORĂM PRIN STABILIREA UNOR PROCESE STRICTE DE CONTROL AL CALITĂȚII ÎN FIECARE ETAPĂ DE PRODUCȚIE.

De-a lungul tuturor etapelor ciclului de viață al băuturilor, urmăm politici și proceduri care garantează același nivel de calitate. Aprovizionarea cu ingrediente și ambalaje se face numai de la furnizori autorizați. Ingredientele și produsele finite sunt testate în laboratoare existente în fabrici și în laboratoare externe autorizate pentru a asigura o calitate ridicată. În piață, efectuăm teste aleatorii pentru a evalua condițiile de distribuție și de depozitare.

Angajamentul nostru de a asigura siguranța produselor este susținut de certificări internaționale de management al calității și de siguranță alimentară pentru sistemele noastre.

Toate băuturile produse și distribuite de către Coca-Cola HBC România trebuie să îndeplinească sau să depășească cerințele guvernamentale ale României și ale Uniunii Europene și standardele de calitate legate de siguranța alimentară, mediu, sănătate și securitate. În plus față de auditurile certificărilor noastre, toate fabricile noastre de îmbutelire sunt supuse unor audituri de calitate periodice de către compania Coca-Cola.

INTEGRITATEA PRODUSULUI

Succesul nostru este strâns legat și determinat de furnizarea de produse, ambalaje și servicii de înaltă calitate care să satisfacă nevoile clienților și ale consumatorilor și să le depășească așteptările.

Din acest motiv, este de o importanță majoră pentru noi să asigurăm siguranța alimentară a tuturor produselor noastre, ceea ce înseamnă să depășim cerințele legale privind siguranța alimentară și să stabilim o relație de încredere cu consumatorii noștri, prin furnizarea de informații nutriționale clare și utile.

Comunicăm cu integritate, iar activitățile noastre de marketing sunt în concordanță cu codurile de practică ale industriei. Salutăm inițiativele părților interesate de a aborda probleme de sănătate (de exemplu, obezitate), cu un accent deosebit pe educația nutrițională și pe promovarea activității fizice, care sunt strâns legate de sectorul nostru. Mai mult decât atât, contribuim la dezvoltarea și la implementarea codurilor de conduită ale industriei, ce include angajamentele UNESDA față de Platforma UE privind alimentația, activitatea fizică și sănătatea, Angajamentul UE privind publicitatea pentru copii și liniile directoare globale privind comercializarea

Putem elimina și înlocui băuturile, dacă acestea nu îndeplinesc standardele noastre stricte de calitate, chiar și în cazul în care băuturile sunt sigure pentru consum.

Datorită mecanismului nostru strict și dedicării angajaților noștri suntem mândri că în anul 2015 nu au existat incidente în ceea ce privește nerespectarea reglementărilor și a codurilor de practică privind informațiile și etichetarea produselor, în ceea ce privește efectele asupra sănătății și securității produselor pe durata ciclului lor de viață sau în comunicarea de marketing.

către copii ale Consiliului Internațional al Asociațiilor Producătorilor de Băuturi.

Prin politica de calitate și de securitate alimentară, punem accent pe standardele și pe practicile sistemelor de calitate și siguranță alimentară care susțin integritatea mărcii noastre și insuflă încredere consumatorilor față de brandul Coca-Cola.

Avem o poziție clară asupra organismelor modificate genetic (OMG) și poziția noastră este publică prin intermediul politicii de Sănătate și prin Declarația privind poziția noastră față de OMG. Acordăm o atenție deosebită ingredientelor pe care le folosim în băuturile noastre; nu folosim ingrediente care sunt modificate genetic sau derivate din organisme modificate genetic, și ca urmare nu le menționăm pe etichetele noastre, deoarece nu există nicio cerință, fie comercială sau de reglementare, care să solicite etichetarea absenței unor astfel de ingrediente. Pe măsură ce avansează discuțiile privind biotehnologia modernă, rolul culturilor alimentare îmbunătățite și impactul asupra sănătății umane, monitorizăm evoluția și solicităm furnizorilor noștri să se conformeze la standardele noastre de practică.

Sănătatea consumatorilor

Coca-Cola HBC România merge dincolo de considerentele de sănătate de bază prin vânzarea de produse care se concentrează asupra sănătății, bunăstării și durabilității într-un mod autentic. Pe măsură ce nevoile consumatorilor noștri evoluează și stilurile lor de viață variază, ne angajăm față de consumatorii noștri să înțelegem mai bine nevoile și prioritățile lor.

Varietatea băuturilor răcoritoare

În prezent oferim o gamă largă de băuturi pe care consumatorii o pot accesa oricând și oriunde. Băuturile noastre ajung la ei prin lanțurile de aprovizionare locale și sunt rentabile. Portofoliul nostru include băuturi carbogazoase și necarbogazoase cum ar fi sucuri, apă, ceaiuri și cafea instant. Oferim opțiuni cu conținut caloric redus sau zero calorii, cum ar fi Coca-Cola Zero. Mai mult decât atât, am înlocuit zahărul dintr-un număr de băuturi cu îndulcitorul Stevia, cum e cazul Nестea.

Stil de viață activ

Alegerile și stilul de viață ale consumatorilor noștri pot atrage după sine o minte sănătoasă într-un corp sănătos. Noi lucrăm în mod conștient cu agențiile guvernamentale, cu experți în sport și în nutriție și alte entități, în scopul de a ajuta oamenii să integreze sănătatea în alegerile lor de zi cu zi. Încurajăm activitatea fizică și programele educaționale de nutriție, cum ar fi Red Bike, pentru a ajuta consumatorul să aibă un stil de viață activ și sănătos.

Brandurile noastre sunt construite pentru a se adapta la nevoile consumatorilor, care dictează deciziile noastre comerciale privind dezvoltarea de noi băuturi, inovația, dezvoltarea de parteneriate și adaptarea la epoca digitală. Gestionarea portofoliului liderului pe piață ne permite o mai bună înțelegere a nevoilor consumatorilor și face din trecerea rapidă la noile modele de afacere un imperativ. De la conținut, la ambalare, distribuție, utilizare și reutilizare sau reciclare, aplicăm o strategie orientată către consumator, care sporește relevanța și ne permite dobândirea de noi oportunități pe piețele unde activăm.

Informații nutriționale

Băuturile noastre au un public larg și divers și, prin urmare, informațiile nutriționale de pe etichetele produselor noastre trebuie să fie clare și ușor de înțeles. Deoarece punem etichetele nutriționale pe partea din față a ambalajelor, consumatorii au acces cu ușurință la toate informațiile necesare (de exemplu, conținutul de calorii, alergeni, zahăr, grăsimi, grăsimi saturate și conținut de sare), pentru a le permite să facă alegeri în cunoștință de cauză cu privire la dieta lor. Informații suplimentare și detaliate sunt furnizate prin alte canale, inclusiv site-ul nostru, publicații și centre de răspuns pentru consumatorii Coca-Cola Info Line 0800 080 800.

Relevanță pentru consumator





7

RESPONSABILITATE ÎN COMUNICARE



Ne-am angajat să urmăm un model responsabil de comunicare cu toți consumatorii și clienții noștri. Valoarea pe care o creăm nu se referă numai la calitatea produselor, ci și la calitatea comunicării noastre. Modul cum reușim să ajungem la părțile interesate și la platformele pe care le construim demonstrează angajamentul nostru de a menține și de a spori încrederea în produsele și brand-ul nostru.

Anul trecut, am dezvoltat platforma **Ce conține o Coca-Cola?** pentru a include informații despre ingredientele produselor noastre și studii independente din partea specialiștilor cu privire la efectul ingredientelor. Platforma a inițiat un dialog public, deschis, transparent și onest privind integritatea brandului și calitatea produsului.

www.cecontineococacola.ro

Comunicările noastre urmează un proces în două faze. Prima fază este de obicei un mesaj scurt de „știri de ultimă oră” către mass-media. Cea de-a doua fază constă în comunicate de presă, articole pe site-ul nostru și campanii de social media cu efecte vizuale, detalii în secțiunea de „Întrebări și Răspunsuri”, informații despre angajamentul nostru. De asemenea, căutăm să intrăm în contact în mod activ cu profesioniști din varii domenii, jurnaliști și bloggeri, care ar putea fi interesați să contribuie.



Centrul telefonic de asistență a consumatorilor

Consumatorii noștri pot apela centrul nostru telefonic de asistență prin apel la numărul gratuit 0800 080 800. Încurajăm consumatorii să pună orice întrebări sau să facă observații cu privire la produsele noastre, la campaniile în desfășurare sau la procesele în care ne implicăm.



PE MĂSURĂ CE CREȘTE NUMĂRUL INIȚIATIVELOR NOASTRE ȘI SE EXTINDE LINIA DE PRODUSE, COMUNICAREA CU PĂRȚILE CO-INTERESATE ESTE AUTOMAT ÎMBUNĂTĂȚITĂ. FEEDBACK-UL STAKEHOLDERI-LOR NOȘTRI ESTE EXTREM DE VALOROS PENTRU NOI, DEOARECE ACEST LUCRU REPREZINTĂ OPORTUNITATEA DE A ÎMBUNĂTĂȚI PRODUSELE, PROCESELE ȘI EXPERIENȚA PE CARE DORIM SĂ O OFERIM CONSUMATORILOR NOȘTRI.

Numărul de reclamații pe parcursul perioadei de raportare a crescut la 165 în comparație cu 36 de reclamații în 2014.

Toate reclamațiile sunt înregistrate lunar pe categorii (conținut sau probleme de ambalare), și sunt raportate în ceea ce privește numărul de reclamații la un milion de recipiente fizice vândute.

Asistență pentru clienți

Ne îmbunătățim în fiecare an serviciile pentru a răspunde cât mai punctual clienților atunci când aceștia au întrebări, cereri sau sugestii.



MENȚINEM RATA DE SOLUȚIONARE A CERERILOR CLIENȚILOR LA 98,98%.

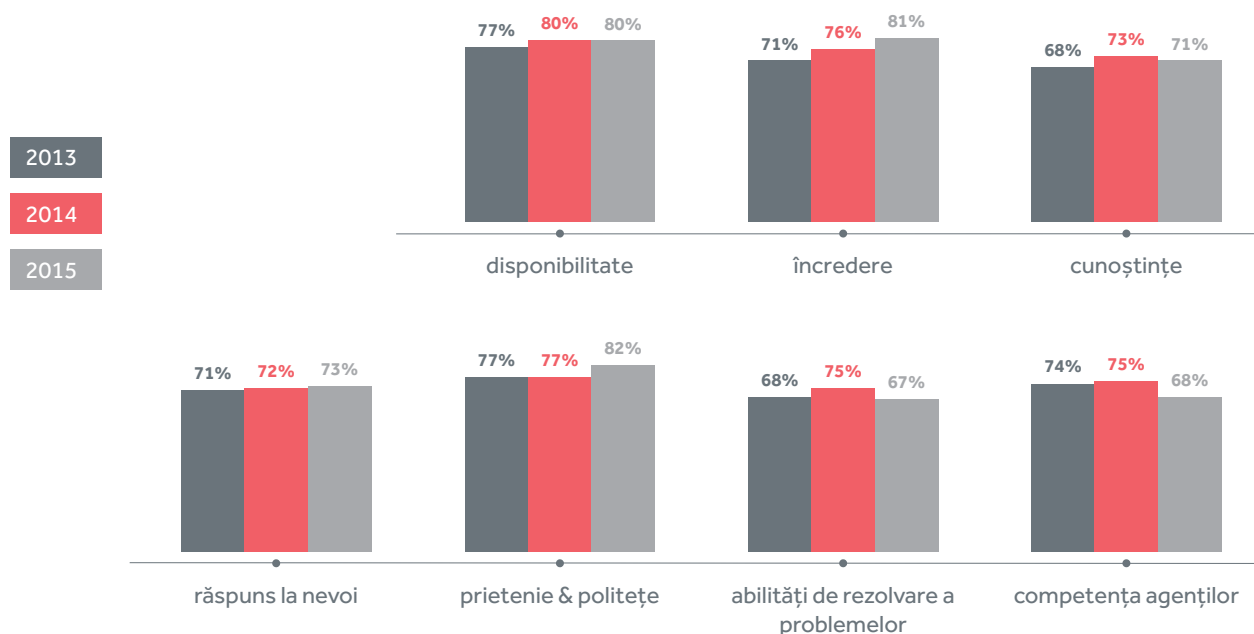
ÎN PLUS, NUMĂRUL DE CLIENȚI CARE AU BENEFICIAT DE SERVICIILE NOASTRE A CRESCUT CU 21,14% ÎN 2015 FAȚĂ DE 2014.

În 2015, am extins serviciile de asistență pentru clienți pe care le oferim distribuitorilor noștri RTM (route to market), cei care livrează clienților noștri indirect.

Satisfacția consumatorilor

Conform studiului GfK, Coca-Cola HBC România a menținut în general rezultate foarte bune ale serviciului de asistență clienți în 2015 și chiar le-a îmbunătățit, în domenii cum ar fi încrederea, respectarea promisiunilor făcute, răspuns la nevoi, prietenie și politețe.

Asistență pentru clienți



Strategia de marketing responsabil

Urmăm o strategie coerentă în comunicarea noastră, deoarece este important ca partenerii noștri să înțeleagă corect mesajele pe care le comunicăm.

Foarte importante în acest sens sunt abordarea și angajamentele noastre față de copii:

- ☀ **FĂRĂ PUBLICITATE PENTRU COPII SUB 12 ANI.** Politica noastră globală de marketing responsabil se aplică tuturor băuturilor noastre și mijloacelor mass-media pe care le folosim, inclusiv televiziune, radio, presa scrisă și, în cazul în care sunt disponibile date, Internet și telefoane mobile.
- ☀ **NICIUN PUNCT DE VÂNZARE ÎN ȘCOLILE PRIMARE ȘI SECUNDARE.**
- ☀ **NU FOLOSIM IMAGINI CARE SĂ ATRAGĂ COPIII PE SITE-URILE COMPANIEI.**

Etichetarea produselor & serviciilor

După cum se impune prin reglementări și orientări relevante, etichetele produselor noastre includ toate informațiile solicitate.

Etichetarea noastră este clară și vizibilă, iar ambalajul include etichete față - spate. În partea din față a ambalajului menționăm conținutul de calorii și zahăr, pe verso sunt liniile directe privind doza zilnică recomandată (DZR), iar informațiile includ detalii despre calorii, zahăr, grăsimi, grăsimi saturate și conținutul de sare per porție, precum și proporția aferentă unei diete sănătoase. Informațiile cu conținut nutritiv permit consumatorilor noștri să facă alegeri în funcție de stilul de viață și sănătatea lor.

● **Etichetele noastre sunt simple și ușor de înțeles.** ●

Acest lucru este important, deoarece ne adresăm unui public extrem de divers. Declarațiile noastre sunt adevărate și nu avem niciun scop să îi inducem în eroare pe consumatorii noștri. Îi ghidăm întotdeauna să caute informații suplimentare prin intermediul canalelor noastre online și al centrelor de asistență pentru clienți.

Lanțul de aprovizionare

Oricine aruncă o scurtă privire asupra operațiunilor noastre poate concluziona cu ușurință că lanțul nostru de aprovizionare este extrem de vast și de complex.

În 2015, lanțul nostru de aprovizionare s-a extins la 1.733 de furnizori.

Principiile noastre de achiziție au ca scop maximizarea eficienței practicilor de aprovizionare și achiziție. Am dezvoltat un chestionar de pre-evaluare a furnizorilor pentru a avea acces la capacitățile furnizorilor potențiali și actuali în domeniile care sunt critice pentru noi. Chestionarul abordează următoarele categorii:

CRITERII DE MEDIU:

- ☀ Respectarea legislației de mediu
- ☀ Politica de mediu
- ☀ Impactul asupra mediului (apă, energie, carbon și reducerea deșeurilor)
- ☀ Sistemul de management de mediu certificat
- ☀ Sistemul de management energetic certificat
- ☀ Standardele pentru sub-contractori
- ☀ Mecanismul de soluționare a reclamațiilor de mediu

SOCIAL:

- ☀ Codul de conduită și etica în afaceri
- ☀ Programele de audit intern și extern
- ☀ Sistemele de raportare Whistleblower
- ☀ Corupție / Etică în afaceri
- ☀ Încălcarea dreptului concurenței
- ☀ Contribuțiile politice
- ☀ Raportarea cu privire la etică, codul de conduită și contribuțiile politice
- ☀ Politica privind drepturile funciare

Aceste criterii de mediu și sociale sunt folosite pentru a evalua furnizorii noi și pe cei existenți. Pe parcursul perioadei de raportare, 0,1% dintre furnizorii noi au fost verificați pe baza unor criterii de mediu și sociale pentru a estima impactul acestora. Trei furnizori au fost evaluați pentru impactul social și de mediu în 2015. Nu a fost necesară încetarea colaborării cu niciun furnizor, ca urmare a performanței acestuia în probleme sociale sau de mediu.



În prezent, toate contractele și comenzile noastre includ o anexă privind „Norme pentru furnizori” care acoperă domeniile de mai sus. În plus, în 2015 am introdus o nouă procedură, care solicită persoanelor care întocmesc comenzile să includă „Termenii și condițiile generale” pentru fiecare comandă trimisă către furnizorii noștri, prin care se acoperă criteriile sociale și de mediu. Până la sfârșitul anului 2015, 1.500 de comenzi au fost supuse noii proceduri.

În plus, Principiile directe privind furnizorii sunt parte a procesului nostru de aprovizionare. Aceste principii sunt acum incluse în contractele cheie de achiziții și un program de audit independent evaluează conformitatea furnizorilor.



În prezent, 1.560 de furnizori, ceea ce înseamnă mai mult de 90% dintre furnizorii noștri, au semnat Principiile noastre.

Principalele teme abordate în cadrul Principiilor directe privind furnizorii sunt: practicile la locul de muncă, mediul de lucru, sănătate și securitate ocupațională, folosirea copiilor ca forță de muncă, abuzul la locul de muncă, salariile și beneficiile, terțele părți, dreptul la reprezentare, practicile de mediu, conflictele de interese, mita, raportarea eventualelor abateri, protejarea informațiilor, înregistrările comerciale și financiare, cadourile, mesele și divertismentul.

Cu scopul de a reduce impactul asupra mediului, lucrăm îndeaproape cu furnizorii noștri cu privire la patru aspecte: protejarea energiei și a schimbărilor climatice, ambalarea și buna gestionare a resurselor de apă. Încercăm să facem mai mult decât să respectăm normele și reglementările de mediu atunci când vine vorba despre inovații care pot reduce emisiile de carbon. De exemplu, am investit în cele

mai recente inovații în refrigerarea eficientă energetic, care va reduce emisiile de CO₂ cu până la 50%.

Impactul social al lanțului nostru de aprovizionare în crearea de locuri de muncă și dezvoltarea comunității locale este o prioritate pentru Coca-Cola HBC România și avem responsabilitatea de a ne asigura că activitatea furnizorilor noștri reflectă standardele noastre.

Modul în care ne ocupăm și dezvoltăm lanțul de aprovizionare are un impact semnificativ asupra performanței sustenabilității noastre. Lucrăm în mod continuu cu furnizorii noștri, precum compania Coca-Cola, pentru a atenua impactul asupra mediului (de exemplu, impactul consumului de apă, urmele ingredientelor, echipamentul frigorific), și pentru a îmbunătăți impactul social.

Dorim să sprijinim capitalul național și economia națională și contractăm, în măsura în care putem, furnizori locali. Procedând astfel, nu beneficiază numai afacerea noastră, ci și mediul înconjurător (impact mai redus al transportului) și comunitățile locale (beneficii economice).



În 2015, lanțul nostru de aprovizionare s-a extins la 1.733 furnizori dintre care 1.586 sunt locali.

52%

din bugetul nostru de achiziții este cheltuit cu furnizori locali

90%

dintre furnizorii noștri sunt locali

În 2015, cheltuielile noastre totale cu furnizorii au ajuns la 373.421.348 €.

Aproximativ 42 milioane € din cheltuielile furnizorilor noștri internaționali reprezintă produse fabricate în România (de exemplu zahăr sau doze de aluminiu fabricate în România), dar vândute de mărci internaționale.

Cheltuieli cu furnizorii



PREFERINȚELE CLIEŢILOR

Dinamica pieței și a tendințelor ne-au susținut în decizia noastră de a pune preferințele clienților noștri în prim planul activității noastre. Construim parteneriate cu clienții pentru a crea valoare durabilă pe toate canalele-cheie și creștere profitabilă pentru afacerea noastră. Scopul nostru este să fim furnizorul preferat al tuturor clienților noștri în timp ce stabilim inițiative care asigură excelența în execuție și care sunt menite să construiască relații de colaborare pe termen lung.

PESTE 70.000 DE MAGAZINE, RESTAURANTE, SUPERMARKET-URI, LANȚURI DE DISCOUNT ȘI ALTE AFACERI VÂND ÎN PREZENT BĂUTURILE NOASTRE. SUNTEM EXCELENȚI COLABORATORI ȘI ACESTA ESTE MOTIVUL PENTRU CARE AM DEVENIT UN PARTENER DE AFACERI APRECIAT. PENTRU CLIEŢII MICI, NE STRĂDUIM SĂ OFERIM AJUTOR ȘI INSTRUMENTE CARE SĂ LE PERMITĂ SĂ ÎȘI DEZVOLTE AFACERILE.

Avem un program de formare, dedicat micilor vânzători cu amănuntul independenți, proprietarilor și operatorilor de magazine alimentare și supermarket-urilor mici, pentru a obține informații referitoare la comportamentul cumpărătorilor și la industria băuturilor.

În 2015, am realizat două sondaje. Sondajul de colectare a datelor în timp real, care s-a bazat pe colectarea datelor prin intermediul interviurilor personale asistată de calculator (CAPI). Pe baza rezultatelor, putem vorbi despre consolidarea relațiilor noastre excelente cu clienții cheie, prin îmbunătățirea competitivității marjelor sau prin ajustarea promo-urilor comerciale. Am fost recunoscuți ca furnizorul cel mai competent care furnizează volumele corecte și care aduce valoare comună partenerilor, prin execuție corespunzătoare și o politică comercială satisfăcătoare.

Al doilea sondaj s-a bazat pe interviuri față în față cu clienții noștri (FC Modern Trade, FC Traditional Trade, IC HoReCa etc.), care au fost selectate în mod aleatoriu. Nu există un feedback pozitiv cu privire la „ușurința de a face afaceri” cu noi, în timp ce intensificatorii principali sunt legați de politica comercială (marje, flexibilitate atunci când se negociază costurile sau serviciile suplimentare), precum și de la suportul de marketing (publicitate de consum, activități de merchandising, schimbul de informații privind înțelegerea consumatorilor).



8

ANGAJAMENTELE & OBIECTIVELE NOASTRE



MEDIU				
Angajamentele noastre	Poziția în 2014	Obiective 2015	Progres 2015	Obiective 2016
Menținerea sau reducerea raportului de utilizare a energiei pentru fiecare litru de produs finit vs rezultatul sfârșitului de an 2014	Raportul de utilizare a energiei a fost de 0,49 MJ/l (inclusiv cazanul cu aburi pentru APET Ploiești)	Obținerea raportului de utilizare a energiei — 0,45 MJ/l	Raportul de utilizare a energiei — 0,45 MJ/l	Reducerea raportului de utilizare a energiei = 0,44 MJ/L
Menținerea sau reducerea raportului de utilizare a apei pentru fiecare litru de produs finit vs rezultatul sfârșitului de an 2014	Raportul de utilizare a apei a fost de 2.20 L/L	Obținerea raportului de utilizare a apei — 2,04 l/l	Am obținut 1,93 L/L	Raportul de utilizare a apei =1,89L/L
Reducerea deșeurilor solide produse (g/l) pentru fiecare litru de băutură	Deșeurile solide produse au atins 4,69 g/l	Reducerea producției de deșeuri - 4,18 g/l	Reducerea producției de deșeuri a fost de 5.61 g/L datorită înlocuirii flotei RGB cu Cappy Nectar	Reducerea producției de deșeuri - 4,50 g/l
Creșterea gradului deșeurilor solide reciclate	Gradul de deșeuri solide reciclate a fost de 87,0%	Obținerea unui indicator al deșeurilor solide reciclate de 87,19%	Am obținut 88,22 %	Creșterea la 89,13 %

LOCUL DE MUNCĂ				
Angajamentele noastre	Poziția în 2014	Obiective 2015	Progres 2015	Obiective 2016
Informarea și creșterea gradului de conștientizare a angajaților cu privire la inițiativele sociale și de mediu	Informarea prin mesaje interne și implicarea lor în diverse campanii	Dezvoltarea campaniilor de sensibilizare interne, în scopul de a informa angajații cu privire la inițiativele sociale și de mediu prin intermediul mesajelor	700 de angajați au făcut voluntariat la inițiativele noastre	Menținerea și / sau creșterea numărului de ore de voluntariat
Creșterea numărului de angajați implicați în activități sportive	În 2014, am organizat 5 activități sportive care au mobilizat peste 200 de angajați	Numărul de angajați care participă la activități sportive să fie de peste 300 de angajați	În 2015, peste 350 de angajați au participat la activități sportive: jocuri corporative, sporturi corporative, semi-maraton, maratonul internațional, concursul Dragon Boat, jocuri de iarnă	Menținerea numărului de angajați care participă la activități sportive
Continuarea recunoașterii realizărilor și a bunului comportament al angajaților prin platforma Recognition@Coke	Am premiat 154 de angajați pentru eforturile și angajamentul lor față de valorile companiei	Îmbunătățirea și remodelarea platformei și recunoașterea meritelor a peste 65 de angajați în întreaga țară	Am oferit recunoaștere la mai mult de 100 de angajați.	Continuarea îmbunătățirii platformei Recognition&Coke.
Continuarea unui program de training divers și calitativ pentru toți angajații	Îmbunătățire continuă care se potrivește nevoilor companiei, precum și cerințelor de dezvoltare personală ale angajaților	Continuarea îmbunătățirii training-urilor oferite și creșterea mediei orelor de training per angajat la 25 ore/angajat	Am ajuns la 28h/angajat, Training-ul total a crescut cu 17% vs 2014	Oferirea în continuarea unui program de training care îndeplinește nevoile de dezvoltare ale angajaților



COMUNITĂȚI LOCALE				
Angajamentele noastre	Poziția în 2014	Obiective pentru 2015	Progres 2015	Obiective pentru 2016
Crearea unui nou calendar cu inițiative sociale și de mediu, și creșterea gradului de voluntariat al angajaților	2 activități de voluntariat, care au implicat 120 de angajați	Creșterea numărului de activități de voluntariat ale angajaților noștri și implicarea ca voluntari a peste 200 de angajați	700 de angajați implicați în activități de voluntariat	Menținerea numărului de angajați implicați în activități de voluntariat
Continuarea parteneriatului cu Tășuleasa Social	Proiectul Adoptă un râu de la izvoare până la vărsare a fost foarte apreciat	Implementarea unui noi proiect de care va beneficia comunitatea locală pentru Dorna	Școala de Mers pe Munte	Continuarea proiectului și extinderea ariei de recrutare în alte orașe
Parteneriatul Salvați Copiii pentru sprijinirea copiilor născuți prematur	30 de maternități au primit echipament medical pentru a oferi îngrijire medicală adecvată pentru copiii născuți prematur	Continuarea parteneriatului dintre Dorna și Salvați Copiii	Extinderea cu succes a parteneriatului	Dezvoltarea în continuare a parteneriatului dintre Dorna și Salvați Copiii pentru a dota mai multe spitale

Dezvoltarea platformei de durabilitate (După Noi)	Creșterea gradului de conștientizare cu privire la impactul nostru în comunitățile locale, inclusiv activități de conștientizare privind mediul, inițiative de viață durabile și sprijinirea educației viitoarelor talente în comunitățile în care suntem activi.			
--	---	--	--	--

PIAȚĂ				
Angajamentele noastre	Poziția în 2014	Obiective pentru 2015	Progres 2015	Obiective pentru 2016
Continuarea informării consumatorilor și a clienților cu privire la importanța unei alimentații echilibrate și a unui stil de viață activ sănătos		Dezvoltarea și lansarea unei noi platforme pentru activități sportive și atragerea a peste 70.000 de oameni pentru a participa la activitățile dedicate Coca-Cola.	50.566 au fost puși în mișcare prin proiectele noastre, majoritatea fiind în comun cu TCCC: Happy Moves, Urbathlon, SETS Epode, SGIM Epode.	Atragerea a peste 70.000 de oameni pentru a participa la activitățile organizate de Coca-Cola
Implicarea clienților și dezvoltarea de proiecte comune pe diferite domenii CSR	Proiectul Green Bee în parteneriat cu Mega Image și Living well cu Billa Romania.	Identificarea direcțiilor comune în activitățile CSR cu un client și dezvoltarea unui nou proiect comun.	Cu toate că am fost activi în identificarea unei potențiale oportunități ale unuia dintre clienții noștri, propunerea de proiect nu s-a materializat în 2015.	Identificarea direcțiilor comune în activitățile CSR ale unui client și dezvoltarea unui nou proiect comun.
Implicarea clienților în programul Plant Tours	Peste 100 de persoane implicate în programul Plant Tour	Continuarea implicării partenerilor noștri în programul Plant Tour.	Vizită Carrefour Iași la fabrica Dorna.	Continuarea implicării partenerilor și părților interesate în programul Plant Tour.

CONȚINUTUL INDICILOR GRI AFERENT OPȚIUNII „ÎN ACORD” CORE OPTION

INFORMAȚII GENERALE	Pagină	Omisțiuni	Proces de verificare externă
STRATEGIE & ANALIZĂ			
G4 1	8,9		-
Profilul raportului			-
G4-3	12,13		-
G4 4	16		-
G4-5	104		-
G4 6	12, 13		-
G4-7	22, 23, 24, 25		-
G4 8	16, 86, 87, 92, 95		-
G4 9	14, 15, 17, 18, 19		-
G4 10	36		-
G4 11	49		-
G4 12	93		-
G4 13	22, 23, 24, 25		-
G4 14	22, 23, 24, 25		-
G4 15	22, 23, 24, 25		-
G4 16	30		-
ASPECTELE MATERIALE & LIMITELE IDENTIFICATE			
G4 17	104		-
G4 18	104		-
G4 19	104		-
G4 20	102, 103		-
G4 21	102, 103		-
G4 22			-
G4 23			-
STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
G4 24	25, 26, 27		-
G4 25	25, 26, 27		-
G4 26	25, 26, 27		-
G4 27	25, 26, 27		-
PROFILUL RAPORTULUI			
G4 28	104		-
G4 29	104		-
G4 30	104		-
G4 31	104		-
G4 32	100, 101		-
G4 33	104		-
GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ			
G4 34	22, 23, 24, 25		-
ETICĂ & INTEGRITATE			
G4 56	22, 23, 24, 25		-

ASPECTE MATERIALE	DMA & Indicatori	Pagină	Omi-siuni	Proces de Assurance
category: ECONOMIC				
Performanță economică	G4-DMA	14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25		-
	G4-EC1	17, 18, 19		-
	G4-EC2	52, 65, 66, 67		-
	G4-EC4	17		-
Prezența pe piață	G4-DMA	35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42		-
	G4-EC5	34, 35, 42		-
	G4-EC6	36, 37, 38, 39		-
Practici de achiziții	G4-DMA	93, 94, 95		-
	G4-EC9	94, 95		-
categorie: MEDIU				
Materiale	G4-DMA	52, 56, 57, 58, 59		-
	G4-EN1	52, 56, 57		-
	G4-EN2	56, 57		-
Energie	G4-DMA	65, 66, 67, 68, 69		-
	G4-EN3	65, 66, 67		-
	G4-EN5	65, 66, 67		-
	G4-EN6	65, 66, 67		-
	G4-EN7	52, 53, 54, 55, 66		-
Apă	G4-DMA	52, 53, 54, 55		-
	G4-EN8	52, 53, 54, 55		-
	G4-EN9	52, 53, 54, 55		-
	G4-EN10	52, 53, 54, 55		-
Emisii	G4-DMA	70, 71, 72		-
	G4-EN15	65, 66, 70, 71, 72		-
	G4-EN16	65, 66, 70, 71, 72		-
	G4-EN17	65, 66, 70, 71, 72		-
	G4-EN18	65, 66, 70, 71, 72		-
	G4-EN19	65, 66, 70, 71, 72		-
	G4-EN21	70, 71, 72		-
Produse & Servicii	G4-DMA	52, 53, 54, 55, 56, 60, 65, 70, 71, 72		-
	G4-EN27	52, 53, 54, 55, 56, 60, 61, 62, 63, 65, 70,		-
	G4-EN28	60, 61, 62, 63,		-
Compliance	G4-DMA	52		-
	G4-EN29	65, 66		-
Transport	G4-DMA	52, 64, 65		-
	G4-EN30	52, 64, 65		-
Ansamblu	G4-DMA			-
	G4-EN31	17, 18, 19		-
Audit de mediu al furnizorilor	G4-DMA	93, 94, 95		-
	G4-EN32	93, 94		-
	G4-EN33	93, 94		-

categorie: SOCIAL			
sub-categorie: Practici & condiții decente de muncă			
Angajați	G4-DMA	36, 37	-
	G4-LA1	36, 38	-
	G4-LA2	42	-
	G4-LA3	42	-
Sănătate ocupațională & siguranță la locul de muncă	G4-DMA		-
	G4-LA5	44, 45, 49	-
	G4-LA6	44, 45	-
	G4-LA7	44, 45	-
	G4-LA8	44, 45	-
Training & Educație	G4-DMA	44, 45	-
	G4-LA9	47, 48	-
	G4-LA10	47, 48	-
	G4-LA11	47, 48	-
Oportunități egale & diversitate	G4-DMA	40	-
	G4-LA12	40	-
Remunerație egală pentru femei & bărbați	G4-DMA	42	-
	G4-LA13	42	-
Libertate de asociere & negociere colectivă	G4-DMA	49	-
	G4-HR4	49	-
sub-categorie: SOCIETATE			
Comunități locale	G4-DMA	76, 77	-
	G4-SO1	76, 77	-
Anti-corupție	G4-DMA	22, 23, 24, 25	-
	G4-SO3	22, 23, 24, 25	-
	G4-SO4	22, 23, 24, 25	-
	G4-SO5	22, 23, 24, 25	-
Comportament antitrust	G4-DMA	22, 23, 24, 25	-
	G4-SO7	22, 23, 24, 25	-
Compliance	G4-DMA	22, 23, 24, 25	-
	G4-SO8		-
Auditul furnizorilor referitor la impactul social	G4-DMA	93, 94, 95	-
	G4-SO9	93, 94, 95	-
	G4-SO10	93, 94, 95	-
sub-categorie: RESPONSABILITATEA DE PRODUS			
Sănătatea & siguranța consumatorului	G4-DMA	86	-
	G4-PR1	86, 87, 92	-
	G4-PR2	86	-
Etichetarea produselor & serviciilor	G4-DMA	86, 87, 89, 92	-
	G4-PR3	86, 87, 89 92	-
	G4-PR4	92	-
	G4-PR5	90, 91	-
Marketing & Comunicare	G4-DMA	89, 90	-
	G4-PR7		-
Conformitate	G4-DMA	86, 87	-
	G4-PR9	9	-

LIMITE ALE ASPECTELOR MATERIALE IDENTIFICATE

LIMITE ALE ASPECTELOR MATERIALE				
Limite			Limitări	
Aspecte materiale	În cadrul organizației	În afara organizației	În cadrul organizației	În afara organizației
Performanță economică	CCHBC Group & CCHBC România	Acționari, investitori, analiști, parteneri, furnizori, clienți	V	V
Prezența pe piață	CCHBC Group & CCHBC România	Acționari, investitori, analiști, parteneri, furnizori, clienți	V	V
Practici de achiziții	The Coca Cola Company & CCHBC România	Furnizori	V	V
Materiale	The Coca Cola Company & CCHBC România	Furnizori, clienți, consumatori	V	V
Energie	The Coca Cola Company & CCHBC România		V	V
Apă	The Coca Cola Company & CCHBC România	Comunități locale	V	V
Produse & Servicii	The Coca Cola Company & CCHBC România	Comunități locale, Autorități	V	V
Conformitate	The Coca Cola Company & CCHBC România	Clienți, furnizori	V	V
Transport	The Coca Cola Company & CCHBC România		V	V
Ansamblu	The Coca Cola Company & CCHBC România	Comunități locale, clienți	V	V
Audit de mediu al furnizorilor	The Coca Cola Company & CCHBC România	Furnizori	V	V
Angajați	The Coca Cola Company & CCHBC România		V	V
Sănătate ocupațională & sigurnața la locul de muncă	The Coca Cola Company & CCHBC România		V	V

Training & Educație	The Coca Cola Company & CCHBC România		V	V
Oportunități egale & diversitate	The Coca Cola Company & CCHBC România	Comunități locale, furnizori	V	V
Remunerație egală pentru femei & bărbați	The Coca Cola Company & CCHBC România		V	V
Libertate de asociere & negociere colectivă	The Coca Cola Company & CCHBC România		V	V
Comunități locale	The Coca Cola Company & CCHBC România	comunități locale & autorități lcoale	V	V
Anti-corupție	The Coca Cola Company & CCHBC România	Autorități, clienți, furnizori	V	V
Comportament antiturst	The Coca Cola Company & CCHBC România	Autorități, clienți, furnizori	V	V
Compliance	The Coca Cola Company & CCHBC România	Autorități, clienți, consumatori	V	V
Auditul furnizorilor referitor la impactul social	The Coca Cola Company & CCHBC România	Furnizori, comunități locale	V	V
Sănătatea & siguranța consumatorului	The Coca Cola Company & CCHBC România	Clienți	V	V
Etichetarea produselor & serviciilor	The Coca Cola Company & CCHBC România	Clienți	V	V
Marketing & Comunicare	The Coca Cola Company & CCHBC România	Clienți	V	V

CERINȚE LEGALE DE RECICLARE

Cote naționale în România	STICLĂ	PLASTIC	DIN CARE PET	HÂRTIE	METAL	DIN CARE ALUMINIU	LEMN
Target de reciclare specific	60%	22.50%	55%	60%	50%	21%	15%
Target de reciclare global	55%	55%	55%	55%	55%	55%	55%
Ținte de recuperare & incinerare	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%

DESPRE RAPORT

Raportul nostru de sustenabilitate acoperă activitatea Grupului S.C. Coca-Cola HBC România S.R.L. (Coca-Cola HBC România). La nivel local, Coca-Cola HBC România alături de Coca-Cola România formează Sistemul Coca-Cola, la nivel local. Coca-Cola HBC se ocupă cu achiziția concentratului, a bazelor sucurilor și a siropurilor pentru producția băuturilor, pe activitățile de distribuție și merchandising, pe activitățile de Public Affairs și key account management, precum și de implementarea campaniilor promoționale.

În acest raport ne-am concentrat asupra aspectelor materiale identificate în urma analizei de materialitate condusă conform cu cerințele standardului GRI G4. Recomandările GRI au fost urmate pentru identificarea și prioritizarea aspectelor noastre materiale, precum și pentru valorificarea oportunităților care au reieșit în urma acestui proces.

Continuăm să folosim standardul GRI și, în afara situațiilor expres menționate, toate datele folosite sunt valabile pentru anul 2015, de la 1 ianuarie până la 31 decembrie. În unele cazuri prezentăm date din anii anteriori, pentru a evidenția traseul nostru pe drumul sustenabilității.

Acesta este al doilea raport al Coca-Cola HBC România bazat pe standardul GRI, după raportul realizat pentru anii 2012-2014. Suntem decizi să prezentăm în fiecare an un raport de sustenabilitate.

Nu am solicitat validare externă pentru acest raport. În orice caz, am colectat datele într-o manieră responsabilă, respectând procedurile noastre interne și acordând mare importanță acurateții și corectitudinii. Vom evalua dacă va fi cazul să solicităm validare externă pentru rapoartele viitoare.

CONTACT

Opinia ta este importantă pentru noi, în special pentru că ne dă ocazia să facem lucrurile și mai bine. Ne poți contacta pentru comentarii, întrebări sau sugestii.

Coca-Cola HBC are sediul în Voluntari, Șoseaua București Nord, numărul 10, clădirea O23, etajul 1, Județul Ilfov.

Compania este înregistrată la Registrul Comerțului cu numărul J23/2300/2009, CUI 474152.

