



**Coca-Cola HBC**  
**Romania**

# **AVEM GRIJĂ DE CEEA CE LĂSĂM DUPĂ NOI**

RAPORT DE  
SUSTENABILITATE  
2016 - 2017







Mesajul Directorului General .....	6
<b>1. PIAȚA COCA-COLA HBC ROMÂNIA</b> .....	8
Coca-Cola HBC România - cifre relevante 2016-2017 .....	9
Istoria noastră în România .....	12
Cum a apărut Coca-Cola .....	14
Piața noastră .....	15
Portofoliul nostru de produse .....	16
Priorități strategice .....	19
Angajamente privind sustenabilitatea până în 2020 .....	21
Governanța corporativă .....	22
Respectarea regulamentelor și managementul riscurilor .....	25
Etică, anticorupție, transparență .....	26
Participarea în asociații ca membri și angajamentele luate .....	27
Matricea de materialitate .....	31
Implicarea stakeholderilor .....	34
<b>2. NUTRIȚIE ȘI STIL DE VIAȚĂ ECHILIBRAT</b> .....	35
Stil de viață echilibrat .....	36
Calitatea produselor .....	37
Profilurile fabricilor .....	38
Diversitatea produselor și satisfacția consumatorilor .....	40
Nutriție .....	42
Reducerea conținutului de calorii și de zahăr .....	43
Marketing responsabil .....	45
Transparența pe etichete .....	45
Campanii de succes 2016 – 2017 .....	46

<b>3. COMUNITATE</b> .....	54
Ne pasă ce lăsăm DUPĂ NOI .....	55
Investiții în comunitate .....	57
Protecția mediului .....	59
Responsabilizarea comunității și a tinerilor .....	61
Programe de susținere pentru tineri .....	64
<b>4. MEDIU</b> .....	66
Respectarea și protejarea mediului, prioritatea noastră cheie .....	67
Ambalaje sustenabile, reciclare și gestionarea deșeurilor .....	67
Inițiative, rezultate și obiective .....	68
Deșeuri de ambalaje și colectarea separată a acestora .....	70
Managementul apei .....	71
Protecția surselor de apă .....	75
Carbonul și energia .....	75
Eficiența transportului .....	78
Investiții majore în logistică în 2017 .....	79
Sursa emisiilor .....	80
Aprovizionare sustenabilă .....	82
<b>5. OAMENII NOȘTRI</b> .....	83
Oamenii fericiți și pasionați reprezintă cheia succesului nostru .....	84
Bunăstarea și angajamentul angajaților .....	85
Retenția angajaților .....	87
Echilibrul între viața profesională și cea personală .....	89
Pregătire și dezvoltare .....	90
Drepturile omului și diversitatea .....	93
Echilibrul între sexe .....	94
Politica privind drepturile omului .....	96
Plata echitabilă și beneficii sociale .....	97
Siguranța la locul de muncă .....	97
<i>Index de conținut GRI</i> .....	100
<i>Despre Raport</i> .....	102



## Mesajul Directorului General

**JOVAN RADOSAVLJEVIC**

Director General Coca-Cola HBC România

Dragă cititorule,

Sunt deosebit de încântat să îți prezint cel de-al patrulea Raport de Sustenabilitate al Coca-Cola HBC România, care este o mărturie reală a angajamentului asumat de compania noastră față de practicile responsabile. Principala noastră orientare în ceea ce privește sustenabilitatea este de a consolida comunitățile din România, plecând de la principiul nostru de a plasa oamenii în centrul tuturor activităților pe care le desfășurăm.

În 2016 și 2017, Coca-Cola HBC România a fost cea mai responsabilă companie din țară, conform Romania CSR Index, care este construit pe baza legislației europene și a standardelor globale din domeniu. Aceasta este o poziție care ne onorează, dar ne face, în același timp, și mai conștienți de responsabilitatea pe care o avem în rândul companiilor din România. Învățăm făcând, uneori greșim, facem din nou și facem mai bine, dar nu credem niciodată că avem toate răspunsurile, ceea ce înseamnă că punem accent pe dialogul constant cu autoritățile, cu partenerii și cu consumatorii noștri.

O mare parte dintre eforturile noastre se concentrează pe inovarea proceselor noastre de producție, practicile noastre de management, relația cu partenerii, abordarea pe care o avem pentru a livra consumatorilor produse de calitate ridicată și impactul pe care îl avem asupra mediului înconjurător.

Pe măsură ce creștem împreună, investim timp și energie în conservarea comunităților locale și sprijinirea acestora pentru a asigura condiții mai bune pentru toată lumea. Ne ghidăm munca pe trei piloni majori: protejarea mediului înconjurător; sprijinirea tinerilor și bunăstarea comunităților.

Procesele noastre de producție sunt acum mai prietenoase ca niciodată cu mediul înconjurător. Am scăzut volumul de apă pe care o folosim cu aproape un sfert față de anul 2014 și ne menținem ținta de a reduce acest indicator cu 30% până în 2020.

Acordăm o importanță deosebită economiei locale, pe care o sprijinim prin contribuțiile directe și indirecte. Aproximativ trei sferturi din bugetul nostru merge către furnizorii locali. În același timp, ne asigurăm că materia primă pe care o folosim provine din surse sustenabile, ceea ce înseamnă că furnizorii noștri au un impact redus asupra mediului înconjurător.

În ceea ce privește capitalul uman, căutăm întotdeauna

să fim cei mai buni, având în vedere că suntem cel mai dorit angajator din domeniul FMCG și unul dintre cei mai doriți angajatori din România. Știm că cea mai importantă resursă pe care o avem sunt oamenii noștri și ne îndreptăm eforturile către crearea unui mediu care promovează diversitatea și le permite angajaților noștri să se dezvolte, punând accentul pe asigurarea unui echilibru între viața profesională și cea personală.

În plus, investim în educarea tinerilor din afara companiei noastre, ajutându-i să își construiască viitorul prin facilitarea accesului acestora la resurse educaționale și la oportunități prin care își dezvoltă abilitățile necesare pentru a-și crește șansele pe piața muncii.

În același timp, rămânem concentrați asupra obiectivului de a oferi produse care răspund așteptărilor și stilurilor de viață ale consumatorilor noștri. În acest sens, am redus cantitatea de zahăr din multe dintre produsele pe care le punem pe piață și vom continua în această direcție. Credem că fiecare consumator ia cele mai bune decizii în ceea ce privește băuturile pe care le consumă, pe baza informațiilor clare pe care le punem la dispoziție despre valorile nutriționale ale băuturilor și ponderea pe care acestea le au în porțiile zilnice.

Progresele noastre ne fac să fim încrezători că putem avea rezultate mai bune în fiecare an, iar asta ne face să fim cu adevărat atașați de angajamentul companiei noastre de a avea grijă de ceea ce lăsăm După Noi.

Vă urăm bun venit în lumea noastră și vă invităm să aflați mai multe detalii despre demersurile și rezultatele noastre de sustenabilitate, în perioada 2016-2017.

În timp ce rămânem angajați față de lucrurile care contează cel mai mult – să livrăm pentru partenerii, consumatorii și comunitățile noastre – continuăm să fim deschiși pe măsură ce ne îndreptăm spre a deveni o companie care construiește și creează bunăstare. Acesta este raționamentul care poziționează Coca-Cola HBC România drept o companie cu adevărat vizionară, care lucrează pentru a-și consolida parteneriatele și prezența în comunitățile din România. Toate acestea fără a pierde din vedere responsabilitatea pe care o avem și eforturile pentru a deveni mai buni.

# PIAȚA COCA-COLA HBC ROMÂNIA

## COCA-COLA HBC ROMÂNIA - CIFRE RELEVANTE

### Către o creștere mai sustenabilă

Facem eforturi pentru a îmbunătăți și pentru a atinge performanța în fiecare domeniu în care activăm. În 2016-2017, ne-am asumat și aliniat acțiunile la Obiectivele de Dezvoltare Sustenabilă ale Grupului Coca-Cola HBC până în 2020 și am început să raportăm rezultatele obținute.

INDICATOR	2016	2017
Volum, m. unități	167,4	177
Venit net din vânzări, €m	<b>495,4</b>	<b>485,6</b>
Impozite pe venit (după deducerea cheltuielilor sponsorizate), €m	<b>13,6</b>	<b>13,7</b>
Angajați	<b>1.433</b>	<b>1.410</b>
Ore de pregătire	<b>29.374</b>	36.915
Indicele de implicare a angajaților, %	84%	90%
LTA* > 1 zi pe 100 FTE**	0,21	0,35
Voluntari în programe comunitare	20	185
Ore petrecute în proiecte de voluntariat	180	1060
Volumul de apă utilizat. (l/lpb = litru de apă / litri de băutură produsă)	1.961	1.655
Deșeuri solide reciclate, % ***	86,29	94,6
<b>Cantitate CO<sub>2</sub> g CO<sub>2</sub> / litru de produs</b>	29,88	26,88

\*LTA- Lost time through accidents (Accidente soldate cu absența de la locul de muncă)

\*\*FTE – Full time employee (Angajat cu normă întreagă)

\*\*\*Din totalul deșeurilor generate

Recunoaștere - PREMII	
<b>Oameni</b>	Top 10 angajatori din România  Locul 1 – Cel mai dorit angajator FMCG local conform cercetării realizate de Catalyst Solutions
<b>Comunitate</b>	Premii pentru Platforma de Sustenabilitate După Noi în cadrul Green Awards Forbes Gala și Gala PR Award
<b>Piață</b>	4 trofee în cadrul Premiilor Piața din 2017 Cel mai bun furnizor din România Cel mai bun produs nou din categoria băuturi nealcoolice Cea mai puternică marcă Cea mai eficientă promoție Cel mai bun partener



## Sustenabilitate

Suntem hotărâți să stabilim cele mai înalte standarde și să îi inspirăm pe alții să se dedice practicilor sustenabile.

Recunoașterea pe care o primim pentru eforturile noastre în desfășurarea activității într-o manieră sustenabilă ne motivează să ne îmbunătățim performanțele de la an la an.



Timp de doi ani la rând (2016 și 2017), Coca-Cola HBC România a ocupat locul întâi, fiind considerată cea mai responsabilă companie pe piața locală, în cadrul România CSR Index, o analiză atentă realizată de către agenția independentă de consultanță The Azores. În 2017, am obținut un scor de 94,57%, cel mai mare printre companiile analizate din Top 100, astfel înregistrând o creștere cu aproape 9% comparativ cu anul anterior. Criteriile studiului s-au bazat pe Directiva 2014/95/UE, pe ghidul de raportare GRI și pe Indicele Global de Sustenabilitate Dow Jones.

Sustenabilitatea este adânc înrădăcinată în cultura activității noastre globale. La nivelul Grupului Coca-Cola HBC suntem preocupați și dedicați să aplicăm practici sustenabile și să demonstrăm performanța noastră în această direcție.

Grupul Coca Cola HBC este evaluat pe baza unui număr de criterii majore de referință în materie de sustenabilitate, inclusiv Indicele Global de Sustenabilitate Dow Jones (DJSI), CDP și FTSE4Good.



### DOW JONES

**Clasată timp de patru ani consecutivi în topul mondial al companiilor sustenabile în ceea ce privește Indicii de Durabilitate Dow Jones (DJSI)**

Grupul Coca Cola HBC este liderul în materie de sustenabilitate din industria băuturilor, ocupând prima poziție în ceea ce privește Indicele Global și European de Sustenabilitate Dow Jones pentru companiile din industria băuturilor timp de patru ani la rând – 2014, 2015, 2016 și 2017. Am fost incluși în DJSI în fiecare an începând cu 2008 – ca o recunoaștere a eforturilor noastre de a îmbunătăți continuu performanța noastră în materie de sustenabilitate. Lansat în 1999, DJSI este considerat un standard de referință în materie de sustenabilitate corporativă.

## Carbon Disclosure Project (CDP)

CDP este o organizație mondială non-profit, care furnizează un sistem de raportare a datelor privind capitalul natural prin care companiile raportează, gestionează și partajează informații vitale legate de mediu.



În 2017 am fost una din cele numai 25 de companii din toate industriile care obține ratingul A atât pentru climă cât și pentru apă în cadrul CDP.

## Sistemul Coca-Cola în România

În România, Sistemul Coca-Cola este reprezentat de către Coca-Cola România, subsidiara locală a The Coca-Cola Company, și de către Coca-Cola HBC România, subsidiara locală a Grupului Coca-Cola HBC. Întregul nostru lanț de valoare generează pe plan local o valoare adăugată totală de 448 milioane de euro, cifra echivalentă cu 0,3% din PIB-ul României.

Partenerul nostru, Coca-Cola România, este responsabil pentru crearea cererii, prin marketing strategic, managementul brandurilor, strategia de ambalare, promovarea către consumatori, publicitate, relații publice și studii de piață.

La Coca-Cola HBC România, suntem responsabili pentru satisfacerea cererii. Noi achiziționăm concentratele, bazele pentru băuturi și siropurile pentru producția de băuturi, conform contractului de îmbuteliere încheiat cu Compania Coca-Cola. Asigurăm îmbutelierea, distribuția, comercializarea și marketingul operațional pentru produsele Coca-Cola.

Colaborăm îndeaproape cu partenerul nostru, Compania Coca-Cola, pentru a satisface nevoile consumatorilor și a dezvolta comunitatea în care activăm. Împreună, le oferim o varietate de opțiuni, prin gama noastră extinsă de băuturi și soluții de ambalare, menite să satisfacă orice gust și stil de viață. Încurajăm alegerile informate și aplicăm strategii responsabile de marketing. Dezvoltăm programe care contribuie la bunăstarea comunității.



# ISTORIA NOASTRĂ ÎN ROMÂNIA



## 1991

Am îmbuteliat local **prima băutură Coca-Cola.**

## 1993

Fanta a intrat în portofoliul mărcilor noastre.



## 2005

Ne-am diversificat portofoliul de băuturi necarbogazoase cu **o nouă categorie – ceai rece** – și am început să producem marca **Nestea.**

## 1995

Am deschis **fabricile** de la **Ploiești și Timișoara.**

Am adăugat **Cappy** în portofoliu.



## 2009

Am investit **22 milioane Euro** și am instalat o **centrală de cogenerare energie termică și electrică (CHP)** la unitatea noastră de îmbuteliere de la Ploiești ca parte din inițiativa de a reduce emisiile CO<sub>2</sub>.

## 2002

Am deschis **fabrica** de la **Poiana Negrii**, începând astfel să producem și să îmbuteliiem ape minerale: **Dorna, Izvorul Alb, Poiana Negrii.** Portofoliul nostru s-a extins odată cu adăugarea **Schweppes** în lista de băuturi.



**Dorna**

**DORNA**  
IZVORUL ALB

**Poiana Negrii**

**Schweppes**

## 2013

- Am lansat **o nouă linie aseptică de îmbuteliere pentru Cappy Pulpy la Ploiești**, cea mai mare unitate de producție deținută de către Coca-Cola HBC în Sud-Estul Europei. Am investit 22 milioane Euro în această nouă linie.

- Ne-am remarcat cu o **altă inovație** introducând pe piață Nestea cu extract de ceai și cu **îndulcitor din stevia** – o combinație revigorantă și delicioasă cu **30% mai puțin zahăr.**

- Fabrica noastră din Ploiești a fost **printre primele fabrici din lume certificate de către European Water Stewardship** cu o **Medalie de Aur** – o realizare de referință pentru toate companiile care intenționează să minimizeze impactul asupra mediului.



## 2014

Celelalte două fabrici ale noastre, din Timișoara și Poiana Negrii, au primit **Medalia de Aur** din partea European Water Stewardship. De asemenea, a fost un excepțional din punctul de vedere al inovației: **am introdus PET-ul cu conținut din plante** – un nou ambalaj pentru apa minerală realizat din maxim 30% material pe bază de plante, **reciclabil 100%.**



## 2016

Am lansat **Coca-Cola Lime**, o inovație locală creată pentru a satisface preferințele consumatorilor noștri locali.

Am lansat **După Noi**, conceptul care ne definește drept o afacere durabilă și integrează inițiativele noastre CSR, dar și inițiativele comunităților.



Coca-Cola HBC România este recunoscută drept **cel mai dorit angajator din domeniul bunurilor de larg consum (FMCG).** De asemenea, se află printre primii zece cei mai dorți angajatori din România, conform unui sondaj realizat de Catalyst.

Suntem recunoscuți drept **cea mai responsabilă companie din România**, după cum se arată în analiza Romania CSR Index.



## 2017

- Am inaugurat cel mai recent proiect al nostru pe platforma După Noi – **reabilitarea ecoturistică a Cascadei Bigăr.**

- Am inaugurat investiția noastră în valoare de **7 milioane Euro** în fabrica de la Timișoara: **o linie de mare viteză** de îmbuteliere cu o capacitate maximă de producție de 90.000 doze/oră.

- Coca-Cola HBC România ocupă **primul loc la categoria cel mai dorit angajator din domeniul FMCG** și se află printre primii 10 cei mai dorți angajatori din România, conform unui sondaj realizat de Catalyst.

- Pentru **al doilea an consecutiv**, suntem recunoscuți drept **cea mai responsabilă companie din România**, conform analizei Romania CSR Index.

- Am intrat într-**o nouă categorie**, cea de cafea, și ne-am extins portofoliul cu **o nouă marcă: Lavazza** – simbolul calității pentru cafea în peste 90 piețe. Începând cu data de 15 octombrie, Coca-Cola HBC România a devenit **unicul partener autorizat** pentru distribuția produselor Lavazza pe piața locală, în baza acordului de parteneriat cu Luigi Lavazza S.P.A.

**LAVAZZA**

TORINO, ITALIA, 1895

## CUM A APĂRUT COCA-COLA



**Istoria Coca-Cola a început în 1886**, când, curiozitatea unui farmacist din Atlanta, **Dr. John S. Pemberton**, l-a determinat să creeze o băutură răcoritoare cu gust distinct, care putea fi vândută la dozatoarele de sucuri.

Acesta a creat un sirop aromat, l-a dus la farmacia din cartierul său unde l-a amestecat cu apă carbogazoasă și a fost considerat „excelent” de către cei care l-au încercat. Partenerului și contabilului Dr. Pemberton, Frank M. Robinson, i se atribuie găsirea denumirii de „Coca-Cola”, precum și proiectarea mărcii înregistrate, scrisul distinct care este folosit și astăzi.

### ȘTIAȚI CĂ?

Primele pahare cu Coca-Cola au fost vândute la prețul de 5 cenți paharul. În primul an, media vânzărilor a fost de nouă pahare pe zi în Atlanta. Astăzi, numărul paharelor cu Coca-Cola servite zilnic se estimează a fi de 1,9 miliarde la nivel global.

1894

Prima Coca-Cola vândută în sticlă.

1955

Prima doză de Coca-Cola comercializată.

1919

Primele fabrici de îmbuteliere Coca-Cola din Europa s-au deschis la Paris și Bordeaux, Franța.

## PIAȚA NOASTRĂ

Grupul Coca-Cola HBC operează în următoarele zone:

**Piețe aflate în curs de dezvoltare, care, pe lângă România, includ:**

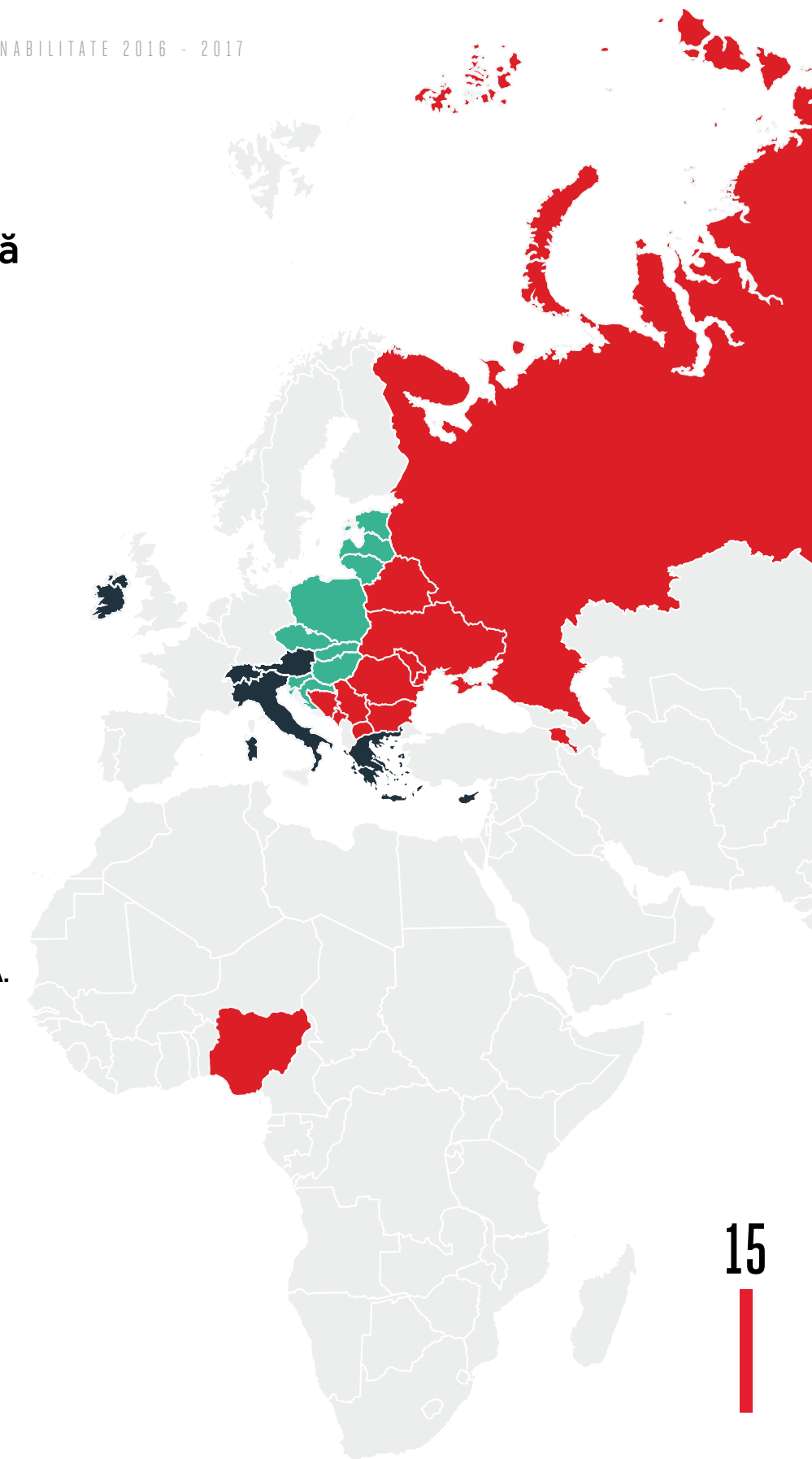
ARMENIA, BELARUS, BOSNIA ȘI HERȚEGOVINA, BULGARIA, MACEDONIA, MOLDOVA, MUNTENEGRU, NIGERIA, RUSIA, SERBIA ȘI UCRAINA.

**Piețe dezvoltate, care includ:**

CROAȚIA, REPUBLICA CEHĂ, ESTONIA, LETONIA, LITUANIA, UNGARIA, POLONIA, SLOVACIA ȘI SLOVENIA.

**Piețe mature, care includ:**

ITALIA, GRECIA, CIPRU, ELVEȚIA, AUSTRIA ȘI IRLANDA DE NORD.







## PORTOFOLIUL NOSTRU DE PRODUSE

În România, suntem cea mai mare companie din industria băuturilor și a doua cea mai mare companie din FMCG. Producem, vindem și distribuim o gamă largă de băuturi nealcoolice de cea mai bună calitate. Portofoliul nostru include Coca-Cola, cea mai cunoscută și mai vândută băutură răcoritoare din istorie, Fanta și Sprite, dar și sucuri naturale, apă minerală, ceai rece, cafea instant, băuturi energizante și cafea, într-o gamă din ce în ce mai largă de ambalaje.

Suntem extrem de preocupați să anticipăm și să satisfacem așteptările consumatorilor prin oferirea produselor potrivite, în ambalajele potrivite, prin canalele potrivite, pentru ocazia de consum potrivită. Pentru a îndeplini acest obiectiv, contăm pe inovație în toate aspectele activității noastre – de la rețetele pe care le creăm, la tehnologia pe care o utilizăm pentru a produce și îmbutelia băuturile noastre.

Cu fiecare dintre mărcile noastre, oferim varietate, inovație și echilibru în ceea ce privește alegerea făcută pentru consum, astfel că, în prezent, clienții noștri se pot delecta cu băuturile lor favorite, alegând produsele care li se potrivesc cel mai bine în funcție de necesarul caloric și de stilul lor de viață.

Portofoliul nostru este structurat pe categorii și clasificat în funcție de mărci. Fiecare categorie are propria viziune de abordare a pieței și toate includ mărci care sunt ușor recunoscute și beneficiază de o strategie internațională de marcă și o poziționare locală solidă.



### Băuturi carbonatate

Băuturile carbonatate reprezintă cea mai mare categorie de băuturi din portofoliul nostru, care include Coca-Cola, cea mai cunoscută și mai vândută băutură răcoritoare din istorie.

**Aceasta este o categorie importantă a companiei noastre, fiind și cea mai dezvoltată.** Coca-Cola, Fanta, Sprite și Schweppes sunt produsele tradiționale din gama noastră de băuturi carbonatate.

Bulele, formate din carbon și oxigen, sunt cele ce conferă băuturilor răcoritoare carbonatate caracterul „efervescent” și senzația de prospețime. Dioxidul de carbon este un ingredient sigur, analizat de autoritățile de reglementare din întreaga lume. Este un gaz inodor și incolor, care este prezent în atmosferă și este utilizat frecvent în industria alimentară.

Categoria băuturilor carbonatate se extinde în permanență cu rețete inovatoare pentru a se adapta la gusturile și stilurile de viață ale clienților noștri, aflate într-o continuă diversificare. În prezent, **categoria este completată cu băuturi răcoritoare fără zahăr și calorii**, cum ar fi **Coca-Cola Zero Zahăr** și inovațiile locale precum **Coca-Cola Lime**.



### Băuturi necarbonatate

Oferim o gamă largă de băuturi necarbonatate, de la sucuri naturale la băuturi răcoritoare cu extract de ceai și cafea ready-to-drink.

În ultimii ani, ne-am îmbogățit categoria de băuturi necarbonatate cu **produse noi menite să ofere consumatorilor băutura potrivită pentru momentul potrivit**: una care le oferă vitamine, elemente nutritive și lichide care sunt necesare pentru a menține nivele adecvate de hidratare sau energie pe parcursul întregii zile.

Portofoliul nostru de băuturi necarbonatate include **Cappy Pulpy**, oferind în același timp și o gamă de nectar și sucuri de fructe.



### Sucuri de fructe

**Sub marca Cappy**, producem o gamă de băuturi pe bază de fructe care pot fi împărțite în următoarele categorii:

- sucuri și nectaruri de fructe din concentrate de fructe
- sucuri cu pulpă și/sau bucăți de fructe

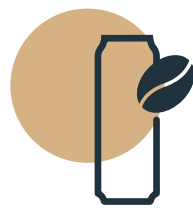
În 2016, **Cappy Pulpy Vișine** a fost recunoscut drept **Cel Mai Bun Produs Nou** în cadrul Premiilor Piața.



### Ceaiuri reci

Ceaiurile reci (*Ice tea*) sunt o opțiune revigorantă din categoria noastră de băuturi necarbonatate.

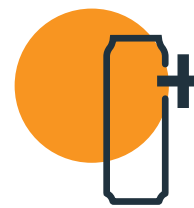
**NESTEA** este o combinație de ceai atent selecționat cu arome delicioase de fructe. NESTEA nu conține conservanți, începând cu 2013, este îndulcit cu un amestec de zahăr și stevia - îndulcitor natural inovator, provenit din frunzele plantei stevia, care ajută la reducerea conținutului de zahăr din băutură cu 30%.



## Cafea ready-to-drink

Gama noastră de cafele premium ready-to-drink reprezintă alegerea consumatorilor care iubesc cafeaua și au un stil de viață dinamic. Am lansat primele produse de tip ice cofee în România în 2007. Cafelele Ready-to-Drink marca Illy sunt exclusive în Sistemul Coca-Cola.

**Illy este disponibilă în trei opțiuni de cafea instant: Illy Caffè, Illy Cappuccino și Illy Latte Macchiato.**



## Băuturi energizante

Această categorie include mărcile Burn și Monster; dedicate adulților, băuturile energizante sunt o alegere practică pentru consumatorii cu un stil de viață dinamic.

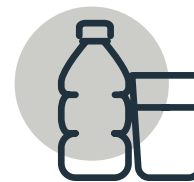
Mărcile Burn și Monster oferă un plus de energie celor care își doresc să fie activi spre seară, în mijlocul unei zile ocupate sau pur și simplu când oamenii se simt oboșiți. Marca Burn este prezentă pe piața locală din 2001, iar în 2016 am început să distribuim marca Monster.



## Cafea

Căutăm în permanență moduri noi de a oferi diversitate în ceea ce privește băuturile și ambalajele.

Cu Lavazza în portofoliul nostru începând cu luna octombrie 2017, am oferit clienților și consumatorilor noștri o marcă cu o percepție puternică la nivel local, construită pe renumitele atribute Lavazza: tradiție și calitate. Distribuim întreaga gamă de produse Lavazza pe toate canalele: retail, automate de cafea, birouri și HoReCa. Transformarea în unicul partener de distribuție pentru produsele Lavazza pe piața locală reprezintă un pas important în susținerea viziunii noastre: să fim în permanență aproape de clienți și consumatori – 24 de ore din 24, 7 zile din 7.



## Apă minerală naturală

În categoria apă, oferim consumatorilor mărci locale recunoscute: Dorna, Dorna Izvorul Alb și Poiana Negrii. Portofoliul nostru de apă include apă minerală naturală necarbonatată (plată) și ape minerale naturale carbonatate provenite de la izvoare subterane amplasate într-o zonă protejată ecologic: în inima Carpaților Orientali, în mijlocul platoului Dorna, la aproximativ 10 km de Vatra Dornei.

Apele noastre minerale naturale respectă toate standardele de calitate și regulile aplicate atât la nivel local, cât și european.

# PRIORITĂȚI STRATEGICE

Cele patru priorități strategice reflectă ambiția noastră de a ne consolida poziția pe piață, având în același timp un rol activ și relevant în cadrul comunității.



**Încrederea comunității:**  
consolidarea încrederii în cadrul comunităților noastre

Considerăm că activitatea noastră este la fel de sănătoasă și puternică precum sunt comunitățile în care ne desfășurăm activitatea. Pe termen lung, afacerile sănătoase și sustenabile necesită comunități prospere. Ne exprimăm această convingere prin fiecare soluție inovatoare pe care o deținem și care are un impact pozitiv în prezent, dar și în viitor. Angajamentul nostru de a desfășura o activitate responsabilă și de încredere se reflectă în rapoartele noastre de sustenabilitate și, de asemenea, în platforma noastră de sustenabilitate După Noi.

Încrederea reprezintă fundația relațiilor noastre cu acționarii, clienții, consumatorii, angajații, instituțiile și partenerii de afaceri. Clădim această încredere prin gestionarea responsabilă și sustenabilă a activității noastre, lucrând la dezvoltarea unor băuturi de cea mai bună calitate, pentru a asigura un loc de muncă sigur și pentru a fi generatorul de creștere pentru comunitate.

Noi, la Coca-Cola HBC România, integrăm sustenabilitatea în toate procesele și deciziile noastre comerciale, respectând trei piloni strategici: protecția apei și a mediului, susținerea tinerilor și dezvoltarea comunității.

De asemenea, am stabilit obiective ambițioase pe termen lung și am raportat în baza acestora, considerându-ne responsabili pentru respectarea angajamentelor noastre.



**Relevanța pentru consumatori:**  
oferirea produselor potrivite consumatorilor noștri pentru toate ocaziile

Pentru noi, relevanța pentru consumatori înseamnă îndeplinirea și depășirea așteptărilor consumatorului prin oferirea produselor potrivite, în ambalajele potrivite, prin canalele potrivite, pentru ocazia potrivită.

Ne place să inovăm în fiecare aspect al activității noastre, inclusiv în tehnologia pe care o utilizăm să producem și să îmbuteliiem băuturile noastre.

Linia de îmbuteliere aseptice din cadrul fabricii noastre de la Ploiești, dezvoltată pentru Cappy Pulpy, a fost una dintre inovațiile noastre excepționale. Am adus în România tehnologia unică de îmbuteliere, care permite sucului natural și pulpei de fructe să fie introduse simultan în sticlă.

Prin urmare, Cappy Pulpy oferă consumatorilor o experiență originală și revigorantă a gustului datorită păstrării caracteristicilor pulpei de fructe. În 2017, am lansat linia de îmbuteliere doze la fabrica noastră din Timișoara, care este cea mai rapidă linie de îmbuteliere băuturi din România.

Recunoaștem unicitatea fiecărui consumator, gustul și stilul de viață. De aceea, am continuat să ne extindem portofoliul mărcilor și să oferim o mai largă varietate de opțiuni. De exemplu, Coca-Cola Lime a luat naștere în România și este doar una dintre multele inovații care ne-au ajutat să îndeplinim așteptările consumatorilor noștri.





### Preferințele clienților:

livrarea produselor și serviciilor la care se așteaptă clienții noștri

Pentru a avea succes, este esențial să construim parteneriate de succes cu clienții noștri. Depunem eforturi semnificative pentru a ne asigura că echipa noastră este întotdeauna atentă la nevoile și satisfacția clienților. Ne dorim să depășim așteptările din punctul de vedere al livrării și execuției. Excelența operațională este unul din lucrurile pe care ne mândrim să le oferim.

La Coca-Cola HBC România, ne-am stabilit un obiectiv ambițios: să fim partenerul preferat de toți clienții noștri. Asta înseamnă că depunem eforturi susținute pentru a satisface nevoile și standardele a peste 70.000 de magazine, restaurante, supermarket-uri, magazine de tip discount și alte locații care comercializează băuturile noastre.

**Timp de cinci ani la rând, Coca-Cola HBC România a fost recunoscută drept Cel Mai Bun Furnizor din industria FMCG de către Revista Piața.**



#### AUTENTICITATE

Aționăm 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 înăscută 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.



#### SUCESUL ÎMPĂRTĂȘIT CU CLIENȚII

Clienții noștri sunt în centrul a tot ceea ce facem.



### Lider în materie de costuri:

concentrarea eforturilor pe eficiența costurilor

În cadrul Grupului Coca-Cola HBC, gestionarea eficientă a costurilor este o parte esențială a strategiei noastre pe termen lung. Ne ajută să ne păstrăm poziția de lider în industrie, precum și creșterea sustenabilă a companiei. Suplimentar gestionării structurii costurilor activității, am continuat să îmbunătățim capacitatea noastră de a utiliza eficient resursele naturale.

Am luat măsuri suplimentare pentru a ne asigura că ne atingem obiectivele pe termen lung referitoare la reducerea consumului de apă și energie și contribuim la atingerea obiectivelor globale privind clima și apa curată.

Dorim ca operațiunile noastre din România să fie cât mai eficiente și mai sustenabile cu putință. În acest scop, analizăm și optimizăm tot ceea ce facem – de la baza costurilor noastre de fabricație și amprenta de carbon generată de logistică, la cheltuielile și procesele noastre operative.

## ANGAJAMENTE PRIVIND SUSTENABILITATEA PÂNĂ ÎN 2020

În 2016, la nivelul Grupului Coca-Cola HBC, au fost convenite obiective specifice conform Agendei pentru 2030, împreună cu operațiunile tuturor țărilor angajate să lucreze cu acestea.

**Angajamentele noastre pentru 2020 subliniază hotărârea noastră de a crește responsabilitatea, profitabilitatea și sustenabilitatea afacerii noastre.** Acestea fac parte din strategia noastră pe termen lung, care ne-a permis să devenim lideri în sustenabilitate printre companiile producătoare de băuturi.



Vom reduce intensitatea utilizării apei cu **30%\***



Vom reduce intensitatea emisiilor directe de carbon cu **50%\***



Din totalul energiei utilizate, **40%** va fi din surse regenerabile și surse de energie curată



Vom recupera pentru reciclare o medie de **40%** din totalul ambalajelor pe care le introducem pe piață



Vom reduce ambalajul primar cu **25%** pe litru de băutură produs



Vom reduce cu **10%** conținutul de zahăr adăugat la 100 ml de băutură carbogazoasă



Ne vom aproviziona cu **20%** din totalul PET-urilor pe care le utilizăm din PET-uri reciclate și/sau PET-uri din materiale regenerabile



Vom investi **2%** din profitul nostru anual înainte de plata impozitelor în comunități



Vom dubla numărul angajaților care participă la inițiative de voluntariat în timpul programului de lucru la **10%** din oamenii noștri



Vom certifica peste **95%** dintre ingredientele noastre agricole cheie conform Principiilor Directoare ale sistemului Coca-Cola pentru agricultură sustenabilă



Vom reduce intensitatea emisiilor de carbon din lanțul de valori cu **25%**



Vom certifica toate fabricile noastre la standardul **European Water Stewardship** sau **Alliance for Water Stewardship**

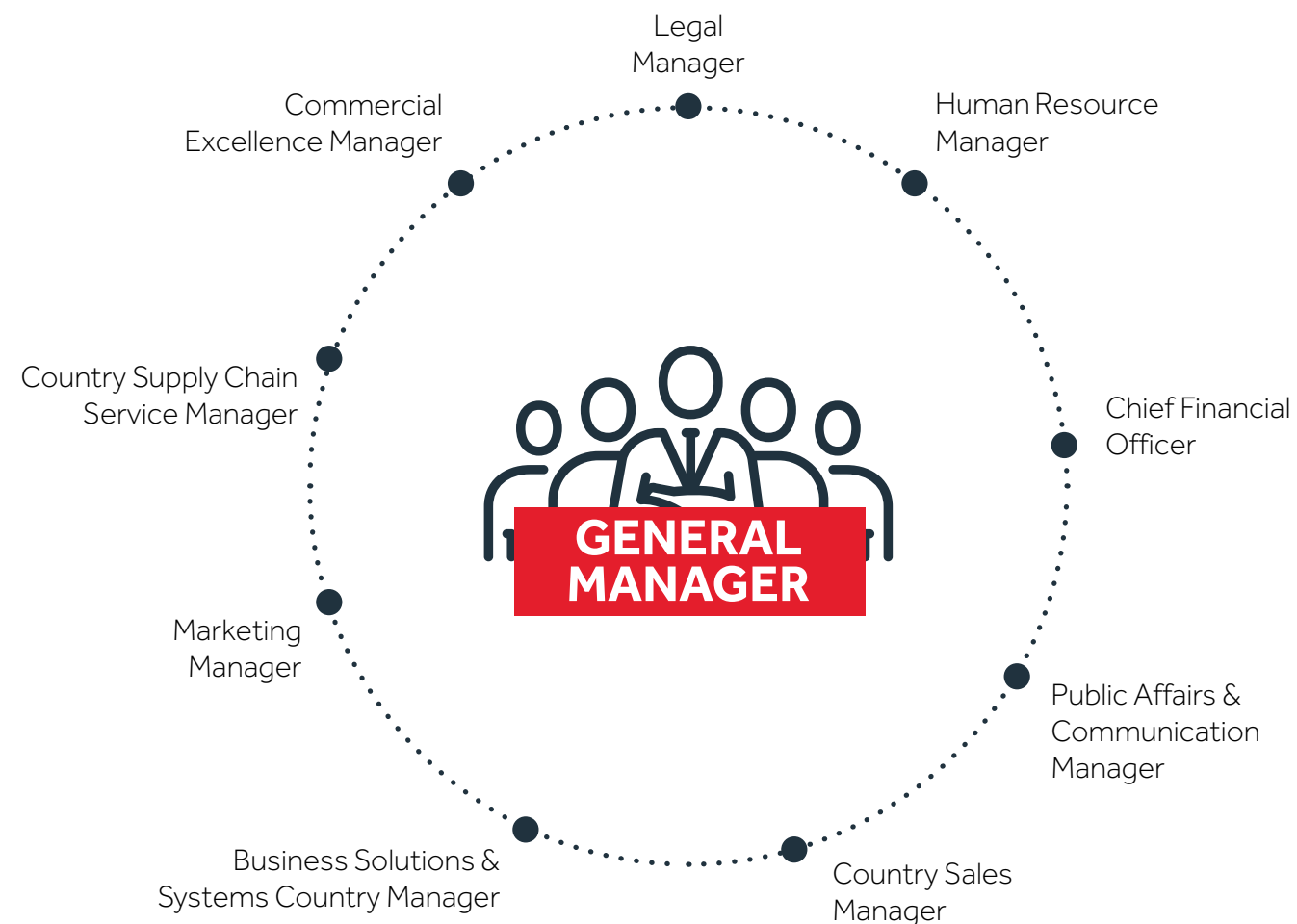
\*\*Consum de apă sau emisii directe de carbon pe litru de băutură produs, comparativ cu 2010

## GUVERNANȚA CORPORATIVĂ

Principalul organism de guvernare îl reprezintă membrii Echipei de Management Superior care sunt toți membri executivi conduși de Directorul General al Coca-Cola HBC România. Nu deținem un Consiliu de Administrație, iar Compania are un singur administrator desemnat direct de către acționarii Companiei.

Echipa de Management Superior este formată din directori ai fiecărui departament operațional din România, din sectorul comercial, al lanțului de aprovizionare și de suport. Echipa de Conducere deține responsabilități definite și clare pentru a

asigura dezvoltarea și creșterea afacerii. În ceea ce privește rolurile, există o matrice („Chart of Authority”) care asigură împărțirea responsabilităților între funcțiile de aprobare și luare a deciziilor cu impact la nivelul companiei. În ceea ce privește conflictul de interese, există un curs anual de actualizare a cunoștințelor legate de Codul de Conduită în Afaceri, precum și obligația oricărui angajat de a declara, de fiecare dată când apare un posibil conflict de interese cu un client, furnizor, angajat etc.



## 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.

Suplimentare conducerii la nivel de țară, există o coordonare la nivel de regiune, pentru a asigura armonizarea strategiei Grupului între companiile locale Coca-Cola HBC. Directorul General raportează Directorului Regional. Cu excepția structurii Supply Chain, care prezintă o linie directă de raportare la structura Supply Chain a Grupului, toate celelalte structuri operative raportează direct Directorului General. Există și o linie indirectă de raportare (nivel operațional) către structurile operaționale ale grupului (ex. Resurse Umane, condus de Directorul de Resurse Umane, raportează direct Directorului General și operațional (linia punctată) Directorului Regional de Resurse Umane.

## Reguli privind evaluarea calității de lider

Compania a elaborat **procese și reguli pentru evaluarea** competențelor conducerii executive în îndeplinirea strategiei companiei în domeniul economic, social și de mediu. Competențele de management („leadership”) sunt, de asemenea, evaluate în cadrul procesului anual de evaluare a performanței. Pe baza modelului Lominger privind competențele, cele mai importante competențe și standarde de performanță sunt definite pentru fiecare nivel de conducere (Director Operațiuni, Director General, Administrator Echipă) grupate în cinci zone cheie.

## Monitorizarea performanței

**Procesul / procedura** prin care conducerea asigură (evaluează) și monitorizează modul în care compania gestionează și îndeplinește criteriile de performanță economică, socială și de mediu, inclusiv modul în care compania respectă standardele pe care le-a semnat este următorul/următoarea:

- Gestionarea performanței economice este un proces lunar de măsurare a Indicilor de Performanță Cheie în sectorul economic, social și de mediu la nivel departamental și operațional (business unit). Acest proces este realizat de către directorii operaționali. La nivel operațional, există un Director Business Performance Management System (cu raportare directă la Directorul General) care se asigură că procesul se desfășoară la standardele de calitate dorite.
- Performanța conducerii este evaluată anual în baza indicatorilor stabiliți la începutul perioadei. Evaluarea este împărțită în două componente separate: performanța individuală, pe baza obiectivelor specifice ale companiei, și performanța de grup, pe baza obiectivelor stabilite pentru Busine Unit-ul de care aparține (la nivel de țară).



# RESPECTAREA REGULAMENTELOR ȘI MANAGEMENTUL RISCURILOR

Politicile și procedurile noastre acoperă toate sectoarele posibile ale activității economice, inclusiv toate etapele producției de băuturi: proiectare, dezvoltare, testare, ambalare și aprovizionare cu ingrediente, gestionarea procesului de producție și a calității, depozitare, distribuție și marketing. Politicile noastre sunt disponibile pe pagina noastră de internet și toate politicile, procedurile și sistemul nostru de valori sunt comunicate angajaților noștri prin sesiuni formale și informale, această abordare făcând parte integrantă din fluxul nostru de lucru.

Standardele internaționale de certificare susțin mecanismele noastre interne, oferă credibilitate sistemului nostru și cresc încrederea clientului în produsele noastre.

Toate fabricile noastre au obținut certificări care confirmă angajamentul nostru de a respecta cele mai înalte standarde în procesul de producție:

- Sistemul de Management al Calității ISO 9001/2015 – asigurăm toate procesele de calitate pentru a avea produse de calitate în linie cu nevoile clienților
- Sistemul de Management de Mediu ISO 14001/2015 – asigurăm procese operaționale sustenabile pentru a controla aspectele legate de mediu și pentru a minimiza impactul nostru asupra mediului, stabilind obiective și ținte ambițioase
- Sistemul de Management al Sănătății și Securității Ocupaționale OHSAS 18001:2008 – asigurăm procese operaționale pentru a controla riscurile de sănătate și siguranță pentru lucrători, fiind dedicați obținerii celei mai bune abordări prin proactivitate în vederea evitării factorilor majori de risc pentru a minimiza incidentele și accidentele
- Sistem de Management al Siguranței Alimentare FSSC 22000 care include ISO 22000: 2005, ISO/TS 22002: 2009 și ISO/TS 22002-4: 2013 (numai pentru fabrica de la Ploiești – standard privind siguranța alimentară) – asigurăm procese operaționale și am dezvoltat sisteme de management al siguranței în sectorul alimentar
- Certificarea European Water Stewardship (EWS)– gestionăm în mod responsabil resursele noastre de apă.

În plus, sistemul nostru de management include cerințe ale Inițiativei Globale privind Siguranța Alimentară (GFSI) și sistemul de Analiză a Pericolelor și a Punctului de Control Critic (HACCP).

În fabrici, toate băuturile sunt produse și îmbuteliate prin respectarea celor mai înalte standarde privind siguranța alimentară. Astfel, indiferent de produsul ales, clienții și consumatorii noștri se bucură întotdeauna de băuturi de calitate. Acest angajament este susținut de sistemul de management al calității și siguranță alimentară certificat în conformitate cu standardele internaționale ISO 9001 și ISO 22000, precum și de propriile noastre politici privind Calitatea și Siguranța Alimentelor și de standardele globale ale The Coca-Cola Company.

Mai mult, Coca-Cola HBC România monitorizează îndeaproape procesele de producție și deține programe specifice de testare pentru toate etapele îmbutelierii. De exemplu, pe toate liniile de îmbuteliere pentru ambalajele returnabile din sticlă este instalat echipament electronic pentru inspectarea sticlelor. Acesta poate identifica cel mai mic corp străin care ar putea ajunge în produsul finit.

Gestionarea eficientă a riscului este fundamentală pentru succesul Coca-Cola HBC România. O considerăm parte integrantă din bunul management corporativ și guvernanta corporativă, întrucât îmbunătățește procesul nostru de luare a deciziilor și rezultatele din exploatare. Reprezintă o caracteristică culturală tipică a companiei și este considerată un instrument pentru obținerea unui avantaj competitiv și determinarea creșterii într-un mediu de afaceri complex, aflat într-o continuă schimbare.

Abordarea complexă a gestionării riscurilor în cadrul Coca-Cola HBC are ca scop îndrumarea companiei în vederea atingerii responsabile a obiectivelor strategice și operaționale. Aceasta este o politică la nivel de grup, care se aplică în cazul tuturor angajaților, funcțiilor și activităților comerciale din fiecare țară în care Coca-Cola HBC își desfășoară activitatea. În linie cu principiile și valorile adoptate de către Grup, Coca-Cola HBC România deține propriul Cod de Conduită în Afaceri integrat cu manualul anticorupție, Regulile Interne de Organizare, Modelul de Gestionare și Control conform cerințelor legislative naționale și Principiilor Directoare pentru Furnizori la nivel corporativ.

Toate documentele mai sus menționate sunt disponibile la [www.coca-colahellenic.com](http://www.coca-colahellenic.com).

În plus, respectăm standarde externe importante pentru gestionarea, măsurarea și raportarea problemelor specifice.

Acestea includ:

- **Protocol privind gazele cu efect de seră** (Greenhouse Gas Protocol) – Calculăm și raportăm amprenta de emisii de carbon atât ale operațiunilor noastre directe cât și în lanțul valoric în conformitate cu GHG Protocol Corporate Accounting Standard.
- **Model LBG** – Măsurăm și raportăm investiția noastră în comunitate conform unei abordări larg recunoscute a London Benchmarking Group
- **Inițiativa de Raportare Globală** (GRI): Ne raportăm progresul în Raportul nostru de Sustenabilitate, utilizând acest cadru de prim rang pentru raportarea sustenabilității.
- **Angajamente UNESDA** – Implementăm codul voluntar al asociației europene din industria băuturilor în Platforma privind Dieta, Activitatea Fizică și Sănătatea. Aceste angajamente acoperă băuturile pe care noi le oferim, modul în care acestea sunt comercializate, informațiile nutriționale furnizate și promovarea stilurilor de viață sănătoase.

## ETICĂ, ANTICORUPȚIE, TRANSPARENTĂ

**Nu tolerăm corupția și mita și am făcut o prioritate din combaterea oricăror comportamente riscante. Conduita noastră etică este susținută de Manualul nostru de Combateră a Mitei și de Conformitate, care este disponibil pe pagina noastră de internet. Codul nostru de conduită în afaceri (COBC) ne ajută să menținem o cultură organizațională deschisă, echitabilă și onestă, să susținem integritatea și conduita etică și să urmăm 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 directoare 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 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 în anii 2016 și 2017.

În 2016, am revizuit unele dintre elemente și am introdus modificări în COBC, care au dus la revizuirea și înlocuirea a 5.000 contracte. Aceasta a fost o ocazie bună de a reaminti furnizorilor aceste reguli și importanța lor pentru noi.

În fiecare an avem o săptămână întreagă dedicată Eticii și Conformității, care are ca scop reamintirea unora dintre reguli și linii directoare pe care le respectăm ca și companie. În 2017, în cadrul "Săptămânii de Etică și Conformitate" am discutat despre drepturile omului și politica privind drepturile omului. Am introdus și linia telefonică „Speak up” pentru angajați, parteneri și alte părți interesate pentru a raporta încălcările COBC sau comportamentele riscante ale angajaților noștri în legătură cu corupția, încălcarea drepturilor omului și așa mai departe.

## PARTICIPAREA ÎN ASOCIAȚII CA MEMBRI ȘI ANGAJAMENTELE LUATE

Suntem parteneri implicați pentru o societate sustenabilă

Colaborăm îndeaproape cu stakeholderii noștri și ne dorim să contribuim la schimbări pozitive în comunitate. Suntem membri dedicați și activi în diferite organizații unde adăugăm valoare schimbării sustenabile a pieței.

Implicarea noastră este diversă.

GRUPUL PĂRȚILOR CO-INTERESATE	CINE SUNT?	CUM INTERACȚIONĂM?	CÂT DE FRECVENT INTERACȚIONĂM?	MĂSURI CONCRETE 2016 ȘI 2017
<b>GUVERN &amp; AUTORITĂȚI &amp; PARLAMENT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guvern</li> <li>• Parlament</li> <li>• Senat</li> <li>• Camera Deputaților</li> <li>• 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, Inspectia de Stat pentru Controlul Cazanelor, Recipientelor sub Presiune și Instalații</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Întâlniri</li> <li>• Platforme pentru acțiuni comune</li> <li>• Inițiative legislative</li> <li>• Documente de poziție</li> <li>• Studii</li> <li>• Evenimente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participarea la audieri publice (pe baza proiectelor) și la evenimente</li> <li>• Sprijinirea inițiativelor locale sau centrale și/sau a evenimentelor publice</li> <li>• Participarea la ședințele recurente ale comitetelor</li> <li>• Parteneriatul cu agențiile guvernamentale în domenii cum ar fi administrarea apei, recuperarea ambalajelor, programe pentru un stil de viață sănătos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Document de poziție referitor la proiectul de lege privind resursele hidrominerale, legea minelor și legea privind reglementarea sistemului de redevențe al concesiunilor resurselor minerale, petroliere și hidrominerale</li> <li>• Eveniment de lansare a rezultatelor Studiului de Impact Socio-Economic al Sistemului Coca-Cola în România</li> <li>• Întâlniri cu reprezentanții Guvernului și ai Parlamentului pentru a prezenta concluziile Studiului de Impact Socio-Economic</li> <li>• Eveniment de lansare a liniei rapide de îmbuteliere a dozelor</li> </ul>
<b>AMBASADE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambasadele în România ale Statelor Unite ale Americii, Republicii Elene, Irlandei, Marii Britanii, Austriei, Elveției</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Susținere pentru inițiativele legislative de mare impact</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contact periodic pentru a ne menține informați despre situația proiectelor și progresul implementării</li> <li>• Când este necesar (pe bază de proiect)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eveniment de lansare a rezultatelor Studiului de Impact Socio-Economic al Sistemului Coca-Cola în România</li> <li>• Eveniment de lansare a liniei rapide de îmbuteliere a dozelor</li> <li>• Partener în organizarea recepției cu ocazia zilei naționale a SUA</li> </ul>

GRUPUL PĂRȚILOR CO-INTERESATE	CINE SUNT?	CUM INTERACȚIONĂM?	CÂT DE FRECVENT INTERACȚIONĂM?	MĂSURI CONCRETE 2016 ȘI 2017
<b>ASOCIAȚII DE AFACERI ȘI SECTORIALE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>AmCham</li> <li>FIC</li> <li>ANBR</li> <li>ROMALIMENTA</li> <li>ARAM</li> <li>SRDNBM</li> <li>APEMIN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante</li> <li>Suținerea inițiativelor legislative de mare impact</li> <li>Documente de poziție</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participarea periodică în Comitete ale Asociațiilor, grupuri de lucru, consiliu de administrație (lunar sau când este necesar)</li> <li>Ca urmare a actualizărilor relevante legate de teme de interes comun și pentru o informare corespunzătoare</li> <li>Participarea cu alte părți interesate la evenimente publice și la întâlniri de lucru</li> <li>Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Document de poziție privind modificarea codului fiscal</li> <li>Document de poziție privind modificarea și completarea OUG nr. 38 / 2016 pentru modificarea și completarea Legii nr. 249 / 2015 privind modalitatea de gestionare a ambalajelor și a deșeurilor de ambalaje</li> <li>Document de poziție privind OUG nr. 48 / 2017 pentru modificarea și completarea OUG nr. 196 / 2005 privind Fondul de Mediu</li> <li>Document de poziție referitor la proiectul de modificare a Legii nr. 211 / 2011 privind regimul deșeurilor și a Legii nr. 249 / 2015 privind modalitatea de gestionare a ambalajelor și a deșeurilor de ambalaje</li> </ul>
<b>MEDIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Canale media TV</li> <li>Dezvoltatori de conținut media digital</li> <li>Presă scrisă și posturi de radio</li> <li>Social Media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interviuri</li> <li>Conținut editorial</li> <li>Articole</li> <li>Întâlniri</li> <li>Concurse</li> <li>Acțiuni de marketing</li> <li>Evenimente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicare proactivă despre prioritățile companiei și răspunsul reactiv în situații de criză</li> <li>Comunicare inițiativelor</li> <li>Apărarea reputației companiei, sprijinirea obiectivelor comerciale și de marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eveniment de lansare a rezultatelor Studiului de Impact Socio-Economic al Sistemului Coca-Cola în România</li> <li>Eveniment de lansare a liniei rapide de îmbuteliere a dozelor</li> <li>Eveniment dedicat redeschiderii pentru vizitare a cascadei Bigăr</li> </ul>
<b>ANGAJAȚI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.410 angajați (decembrie 2017)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicare internă</li> <li>Întâlniri</li> <li>Calendarele activităților RSC (responsabilitate socială corporativă) și sportive</li> <li>Evenimente informale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cel puțin o interacțiune pe lună</li> <li>Evenimente de voluntariat periodice</li> </ul>	
<b>PARTENERI DE AFACERI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Key Accounts</li> <li>Furnizori strategici</li> <li>SNAM</li> <li>APA NOVA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Întâlniri</li> <li>Sesiuni de lucru</li> <li>Evenimente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicare continuă (cel puțin de două ori pe lună și când este necesar)</li> <li>Angajarea în inițiative pe termen mai lung (de ex. dezvoltarea capacităților furnizorului, crearea de valori comune cu clienții)</li> <li>Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri</li> <li>Inițiative pe termen lung pentru dezvoltarea capacităților furnizorilor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eveniment de lansare a liniei rapide de îmbuteliere a dozelor</li> <li>Eveniment dedicat redeschiderii pentru vizitare a cascadei Bigăr</li> </ul>

GRUPUL PĂRȚILOR CO-INTERESATE	CINE SUNT?	CUM INTERACȚIONĂM?	CÂT DE FRECVENT INTERACȚIONĂM?	MĂSURI CONCRETE 2016 ȘI 2017
<b>ORGANIZAȚII NON-GVERNAMENTALE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Junior Achievement</li> <li>Hospice Casa Speranței</li> <li>Asociația Viitor Plus</li> <li>Școala de Valori</li> <li>Salvați Copiii</li> <li>Tășuleasa Social</li> <li>Asociația Salvați Dunărea și Delta</li> <li>Asociația Mai Mult Verde</li> <li>WWF</li> <li>Ecopolis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante</li> <li>Seminare</li> <li>Întâlniri</li> <li>Evenimente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evenimente/activități speciale</li> <li>Sporturi și activități de voluntariat RSC (responsabilitate socială corporativă) conform planificării</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eveniment de lansare a liniei rapide de îmbuteliere a dozelor</li> <li>Eveniment dedicat redeschiderii pentru vizitare a cascadei Bigăr</li> </ul>
<b>LIDERI DE OPINIE CHEIE &amp; EXPERȚI ECONOMICI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experți economici</li> <li>Analiști financiari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lucrul în parteneriat pentru abordarea chestiunilor relevante</li> <li>Suportul experților în privința strategiei de sustenabilitate</li> <li>Întâlniri</li> <li>Documente de poziție</li> <li>Studii</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interacțiunea în contextul proiectelor</li> <li>Angajarea în inițiative pe termen mai lung și complexe, cum ar fi analize de piață</li> </ul>	
<b>CLIEȚI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cash&amp;Carry</li> <li>HORECA</li> <li>Supermarketuri</li> <li>Hipermarketuri</li> <li>Magazine de discount</li> <li>Magazine Locale &amp; Tradiționale</li> <li>Chioșcuri</li> <li>BTR</li> <li>QSR</li> <li>Distribuitor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Întâlniri</li> <li>Sesiuni de lucru</li> <li>Evenimente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interacțiune în cursul activității zilnice</li> <li>Lucrul permanent cu retailerii și alți clienți în chestiuni de sustenabilitate</li> <li>Integrarea principiilor de sustenabilitate în relațiile de afaceri</li> <li>Inițiative pe termen lung pentru dezvoltarea capacităților furnizorilor</li> </ul>	
<b>ORGANISME DE CERTIFICARE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LRQA</li> <li>LAREX</li> <li>Control Union</li> <li>SGS</li> <li>Denkstadt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Întâlniri</li> <li>Audituri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anual sau când este necesar</li> </ul>	
<b>INVESTITORI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coca-Cola Company</li> <li>Kertas Holding Grecia</li> <li>Investitori din SUA și Marea Britanie</li> <li>Coca-Cola HBC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Întâlniri</li> <li>Conferințe telefonice</li> <li>Sesiuni de analiză</li> <li>E-mail</li> <li>Anunțuri speciale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Întâlniri periodice</li> <li>Raport anual și raport RSC (responsabilitate socială corporativă)</li> <li>Contact cu toate nivelurile organizației</li> </ul>	
<b>CONSUMATORI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toți consumatorii produselor noastre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etichetele produselor</li> <li>Platforma online</li> <li>Publicații informative și rapoarte</li> <li>Vizite la fabrică</li> <li>Evenimente speciale</li> <li>Activități RSC (responsabilitate socială corporativă)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicare periodică și constantă</li> </ul>	

## SUBIECTE IMPORTANTE PENTRU NOI ȘI PENTRU PĂRȚILE INTERESATE

# MATRICEA DE MATERIALITATE

## Identificăm, evaluăm, conectăm și acționăm

Matricea de materialitate reprezintă un instrument puternic în definirea priorităților noastre legate de sustenabilitate și concentrarea pe o mai bună comunicare a noastră cu stakeholderii. Pentru a o construi, trebuie să combinăm subiecte importante pentru companie și pe cele importante pentru stakeholderi. Ca punct de pornire, am luat în considerare subiectele importante identificate în cadrul Grupului Coca-Cola HBC. Am evaluat importanța acestora pentru activitate cu privire la contextul local, elaborat pe aspectele fiecărui subiect specific pentru operațiunile noastre aici, iar astfel, matricea a devenit mai relevantă pentru piața din România. Pentru a defini cele mai relevante subiecte, am identificat grupurile de stakeholderi care ar putea să ia parte la proces prin contribuirea cu date substanțiale. Am beneficiat de implicarea reprezentanților departamentelor, fapt care ne-a permis să avem o vedere de ansamblu mai bună cu privire la aceste aspecte și importanța acestora pentru succesul companiei.

Totuși, pasul important în finalizarea matricei l-a reprezentat obținerea părerii stakeholderilor. Pe lângă interacțiunile periodice pe care le avem cu stakeholderii, pentru prezentul raport am purtat dialoguri cu reprezentanți cheie. Am abordat toate grupurile de stakeholderi trimițându-le pe email un chestionar specific având la bază subiectele identificate, pentru a evalua importanța acestora. Matricea de mai jos reprezintă rezultatul procesului, prezentând cele mai importante subiecte în colțul de sus dreapta al graficului. Cele mai importante subiecte vor primi o atenție mai mare în paginile următoare.

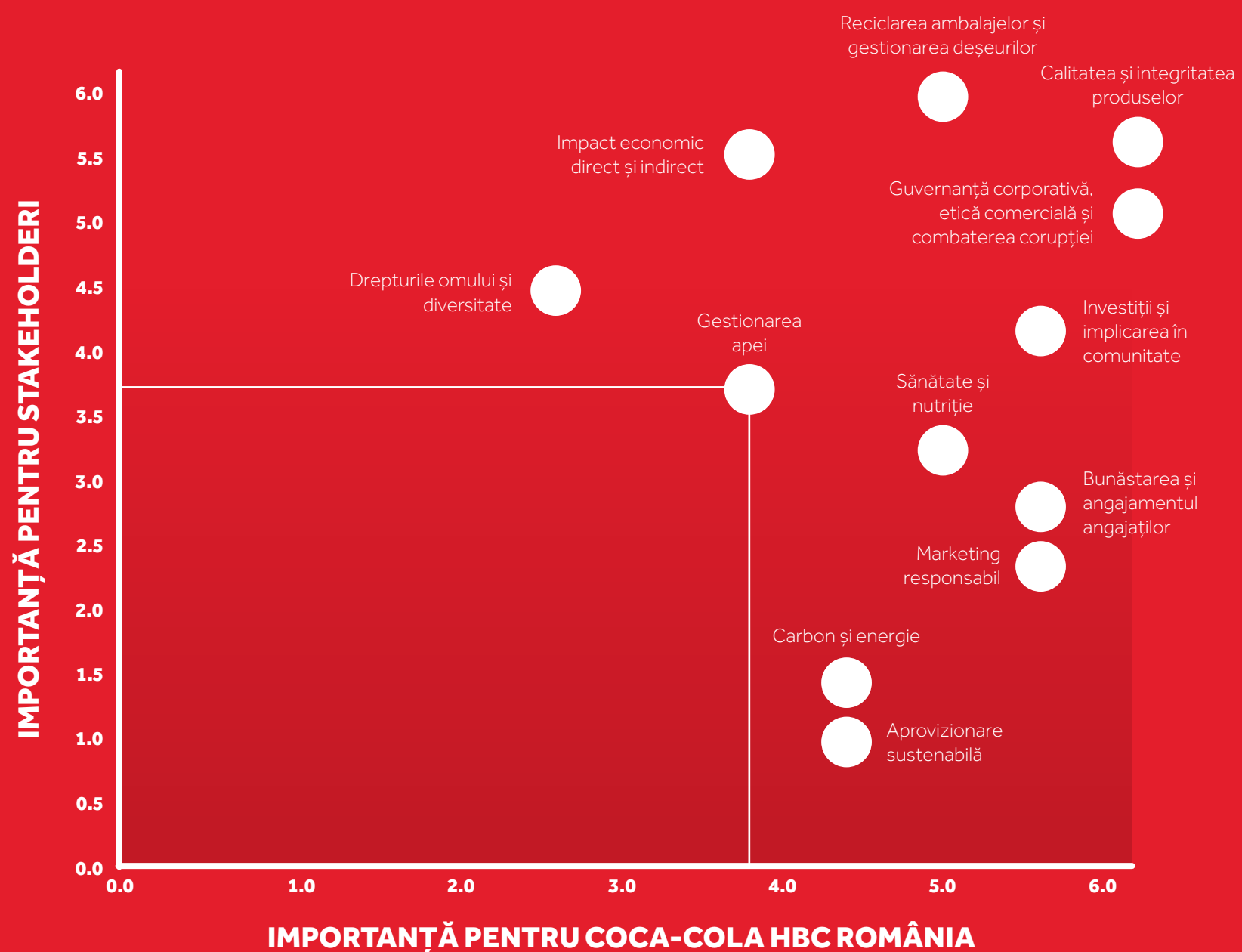
Toate subiectele abordate în procesul de evaluare au fost:

1. Calitatea și integritatea produselor
2. Reciclarea ambalajelor și gestionarea deșeurilor
3. Investiții și implicarea în comunitate
4. Guvernanță corporativă, etică comercială și combaterea corupției
5. Bunăstarea și angajamentul angajaților
6. Drepturile omului și diversitate
7. Sănătate și nutriție
8. Marketing responsabil
9. Impact economic direct și indirect
10. Gestionarea apei
11. Aprovizionare sustenabilă
12. Carbon și energie

Pentru fiecare dintre chestiunile considerate semnificative, scopul pentru care impactul este generat a fost identificat, făcând fiecare chestiune relevantă, indicând care parte interesată internă sau externă a fost afectată.



# MATRICEA MATERIALITĂȚII



Pentru fiecare subiect material, s-a identificat domeniul de aplicare având în vedere impacturile care sunt generate care fac relevante aceste subiecte, indicând care părți interesate interne sau externe ar putea fi interesate. În ceea ce privește Coca-Cola HBC România în tabelul de mai jos, am considerat angajații și reprezentanții conducerii Coca-Cola HBC România SRL (toate fabricile de îmbuteliere din România, centrele de distribuție și biroul de asistență).

Subiect Material	Importanța pentru (scor)		Domeniul de aplicare internă și externă a subiectului material	
	Coca-Cola HBC Romania	Stakeholder	Internal	External
Calitatea și integritatea produselor	6.00	5.64	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Sistemul Coca-Cola System, Clienți, Consumatori, Autorități locale, Societate civilă, ONG-uri
Reciclarea ambalajelor și gestionarea deșeurilor	5.00	6.00	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Clienți, furnizori și parteneri, instituții, autorități locale, societate civilă, ONG-uri
Investiții și implicarea în comunitate	5.50	4.18	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Instituții, Autorități locale, Societate civilă, ONG-uri
Guvernanță corporativă, etică comercială și combaterea corupției	6.00	5.09	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Instituții, Furnizori și parteneri, Sistemul Coca-Cola, Autoritățile locale, Societatea civilă, ONG-uri
Bunătatea și angajamentul angajaților	5.50	2.82	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Sistemul Coca-Cola, Societatea civilă
Drepturile omului și diversitate	3.00	4.50	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Sistemul Coca-Cola, Furnizori și parteneri, Instituții, Autorități locale, Societate civilă, ONG-uri
Sănătate și nutriție	5.00	3.27	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Sistemul Coca-Cola, Clienți, Consumatori, Autorități locale, Societate civilă, ONG-uri
Marketing responsabil	5.50	2.36	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Clienți, Consumatori, Societatea civilă
Impact economic direct și indirect	4.00	5.55	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Furnizori și parteneri, Instituții, Autorități locale, Societatea civilă
Gestionarea apei	4.00	3.73	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Instituții, Autorități locale, Societate civilă, ONG-uri
Aprovizionare durabilă	4.50	1.00	Coca-Cola HBC România, Coca-Cola HBC Group	Furnizori și parteneri, Instituții, Autorități locale, Societate civilă, ONG-uri
Carbon și energie	4.50	1.45	Coca-Cola HBC România	Clienți, furnizori și parteneri, instituții, Autorități locale, societate civilă, ONG-uri

## IMPLICAREA STAKEHOLDERILOR

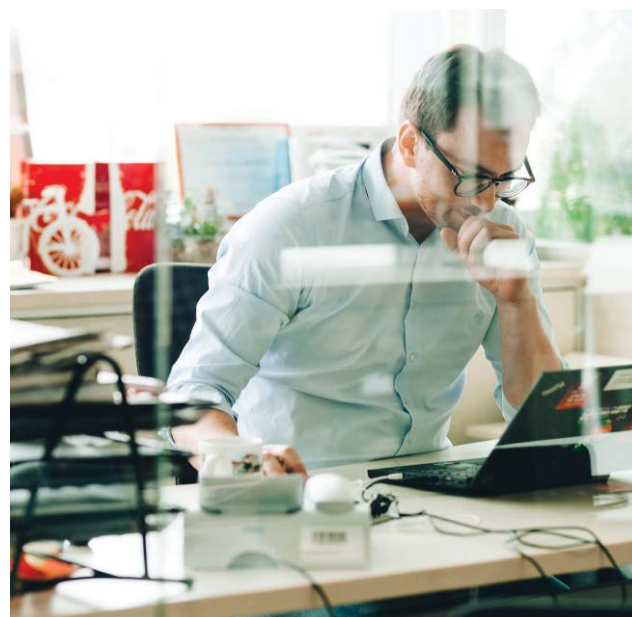
### Ne angajăm, reflectăm și acționăm

**Coca-Cola HBC România depune eforturi continue în implicarea stakeholderilor.** Înțelegem că acțiunile acestora pot afecta capacitatea organizației noastre de a implementa cu succes strategiile sale și de a-și atinge obiectivele. Prin urmare, gestionăm toate aspectele materiale cu un grad ridicat de implicare a grupurilor de stakeholderi relevanți. Dezbaterem aspecte de interes comun, dezvoltăm proiecte împreună, participăm la inițiative publice sau le susținem pe ale lor.

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

Stakeholderii Coca-Cola HBC România ne oferă un feedback consistent și util. Pe parcursul elaborării acestui raport, am validat aspectele semnificative pentru noi și considerate relevante la nivelul Grupului Coca-Cola HBC și am CERUT OPINIA stakeholderii în strânsă legătură cu acestea. Dorim să răspundem acelor nevoi ale stakeholderilor care ar putea duce la îndeplinirea obiectivelor noastre strategice fără a neglija interesele acestora și obligațiile asumate.

Mai multe probleme au fost identificate de către stakeholderii noștri în decembrie 2017, când i-am invitat să își expună părerea.



#### SUBIECT

Răspunsul Coca-Cola HBC la aspectele ridicate.

#### MEDIUL DE LUCRU

Îmbunătățirea constantă este foarte importantă și apreciată de unii dintre stakeholderii noștri interni.

#### INVESTIȚII ÎN COMUNITATE

Crearea unui fond special care să fie alocat printr-o competiție sportivă, culturală, educațională, proiecte de mediu în dezvoltarea comunităților în care compania își are fabricile, proiecte cu impact semnificativ asupra mediului și pe termen lung. Practic, propunerea face referire la o schemă anuală tip grant pentru Ținutul Dornei, dezvoltată împreună cu un partener local/mai mulți stakeholderi locali.

#### INFORMAȚII ȘI COMUNICARE

Trimiteri la cadrul legislativ privind dezvoltarea sustenabilă și responsabilitatea socială în România și UE.

**NUTRIȚIE ȘI  
STIL DE VIAȚĂ  
ECHILIBRAT**

## STIL DE VIAȚĂ ECHILIBRAT

Stilul de viață al consumatorilor e în continuă schimbare, iar aceștia au nevoie de opțiuni din care să aleagă. Oferim o mare varietate de băuturi consumatorilor, cu conținut complet, redus sau fără calorii, pentru ca aceștia să ia decizii informate. Toate opțiunile din portofoliul nostru, atunci când sunt savurate în cantități adecvate, pot fi parte dintr-o alimentație sănătoasă.

### Îmbunătățirea rețetei

Am depus eforturi pentru reducerea conținutului de calorii în portofoliul nostru prin accelerarea extinderii gamei de băuturi cu cantitate redusă de calorii și fără calorii. De asemenea, am schimbat rețeta pentru un număr de băuturi astfel încât acestea să conțină mai puțin zahăr și, în consecință, mai puține calorii, precum Sprite și Nestea cu Stevia, care conțin acum cu până la 30% mai puține calorii.

### Etichetare clară

Pentru a lua o decizie în cunoștință de cauză, consumatorii trebuie să știe ce conțin băuturile și alimentele pe care le consumă și modul în care aceste informații ajută la o alimentație echilibrată. Sistemul Coca-Cola și-a asumat angajamentul de a afișa pe etichetă informații nutriționale, precum și informații despre conținutul caloric pentru o porție de 100 ml și/sau dimensiunea porției individuale. În 2007, am fost una dintre primele companii care a introdus



etichetarea „Dozei Zilnice Recomandate” (DZR), iar acum folosim standardul de etichetare UE „Consum de Referință” (CR), susținut de organisme de reglementare internaționale. De asemenea, sprijinim sistemele de etichetare de tip semafor sau pe coduri de culori, cum este cel implementat în Marea Britanie, cu condiția ca anumite criterii să fie îndeplinite.

## CALITATEA PRODUSELOR

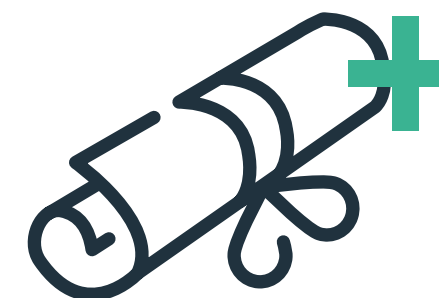
Calitatea proceselor și produselor noastre reprezintă o prioritate maximă

Politica noastră privind calitatea și siguranța alimentară subliniază standardele și practicile asociate care susțin integritatea mărcii noastre și au ca rezultat încrederea pe care o au consumatorii în brandul Coca-Cola. Toate cele trei fabrici Coca-Cola HBC România sunt certificate conform standardelor internaționale pentru managementul calității (ISO 9001), mediu (ISO 14001), siguranța alimentară (ISO 22000) și sănătatea și siguranța angajaților (OHSAS 18001). Fiind înalt tehnologizate, fabricile sunt printre cele mai moderne sisteme de producție din țară. Investițiile și inovațiile continue jucând un rol fundamental în menținerea spațiilor de producție la nivelul centrelor high-tech. În plus, respectăm cerințele Inițiativei Globale privind Siguranța Alimentului (GFSI) și ale sistemului de analiză a riscului prin punct critic de control (HACCP). Partenerul nostru, The Coca-Cola Company, este întotdeauna implicat în activitatea de îmbuteliere, asigurându-se că toate procesele sunt conforme cu legislația și în concordanță cu reglementările, auditând anual toate cele trei fabrici. Astfel, avem încredere în siguranța și înalta calitate a produselor noastre.

### Calitate pe întregul lanț valoric

Acordăm o atenție semnificativă oricăror articole și produse suplimentare care pot fi asociate cu produsele noastre, cum ar fi pahare, farfurii etc. Toate aceste produse asociate sunt testate cu atenție înainte de a fi introduse pe piață sub marca noastră. De asemenea, ne asigurăm că toți partenerii noștri cunosc regulile noastre de marketing și ne susțin în eforturile noastre de a ne consolida reputația.

Feedbackul de la consumatorii noștri este extrem de important pentru noi. Tratăm cu deosebită atenție reclamațiile venite din partea consumatorilor noștri și le percepem drept un indicator important al calității produselor noastre.



Angajamentul nostru de a reduce consumul de apă este confirmat prin standardul **European Water Stewardship** – o certificare acordată celor trei fabrici din România.

**Proactivitatea este unul dintre punctele noastre forte** și suntem hotărâți să continuăm să furnizăm produse de cea mai bună calitate și să dezvoltăm strategii menite să îmbunătățească procesele actuale.

# PROFILURILE FABRICILOR

Fabrica de  
îmbutelire  
**Timișoara**

Fabrica de  
îmbutelire  
**Poiana Negrii**

Fabrica de  
îmbutelire  
**Ploiești**

## FABRICA DIN PLOIEȘTI

Este cea mai mare fabrică a Grupului Coca-Cola HBC în regiunea de sud-est a Europei și reprezintă un standard de primă clasă în tehnologia de îmbutelire. Unele dintre cele mai recente inițiative privind inovarea includ:

- **Linie unică de producție și îmbutelire**, proiectată special pentru producția de Cappy Pulpy. Tehnologia permite introducerea simultană în sticlă a sucului și pulpei de fructe.
- **Centrală termoelectrică cu consum redus de energie**, un alt pas înspre atingerea obiectivului privind reducerea intensității emisiilor directe de carbon cu peste 50% (Obiectivele de sustenabilitate ale Coca-Cola HBC).
- **Depozitul High Bay** este un sistem complet automatizat care colectează produsele paletizate de pe toate liniile de producție și asigură depozitarea cu ajutorul tehnologiei, la cele mai înalte standarde.

## FABRICA DIN TIMIȘOARA

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

- **Linie de mare viteză pentru îmbutelirea dozelor** – care are o capacitate de producție zilnică de 2 milioane doze, cu o investiție de 7 milioane Euro.
- **Centrală termoelectrică cu consum redus de energie**.

## FABRICA DIN POIANA NEGRII

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

- **Cea mai mare unitate logistică din România**. În 2017, am investit aproximativ 1 milion euro într-o soluție care a crescut substanțial capacitatea de stocare a depozitului. Putem să depozităm 21.000 paleți, ceea ce reprezintă cantitatea de producție pe 11 zile.
- **În 2017, am investit și în protejarea surselor de apă:**
  - Punctele de captare a apei din izvoare au fost reconstruite complet într-o conductă din oțel inoxidabil, pentru ca apa să nu intre în contact direct cu aerul. Investiția totală s-a ridicat la 500.000 Euro și a determinat o creștere a calității produselor.
  - Extinderea zonelor de protecție hidrogeologică la 50 hectare și căutarea unor noi surse de apă cu scopul de a le utiliza în producție.
  - Investiții în tehnologii eficiente de exploatare a apei prin recuperarea apei utilizate în diverse procese de fabricație și reutilizarea ca apă de proces. Pe lângă economisirea apei, un alt beneficiu pentru mediu l-a reprezentat reducerea cantității de substanțe chimice utilizate pentru tratarea apei folosite în scop tehnologic.



**Toate fabricile noastre au fost mediate cu aur de către European Water Stewardship**, o recunoaștere importantă a angajamentului nostru pentru sustenabilitate. Adoptăm tehnologii care ne ajută să reducem cantitatea de apă necesară pentru producerea băuturilor noastre și creăm și promovăm parteneriate menite să protejeze bazinele hidrografice locale și să promoveze managementul sustenabil al apei.

Acordăm, de asemenea, o atenție deosebită integrității produselor noastre. Contribuim la dezvoltarea și implementarea codurilor de conduită ale industriei, inclusiv a angajamentelor UNESDA în ceea ce privește Platforma Uniunii Europene pentru dietă, activitate fizică și sănătate. Inițiativa UE privind publicitatea adresată copiilor, referitoare la alimente și băuturi și Liniile directoare privind marketingul pentru copii, elaborate de Consiliul internațional al asociațiilor de băuturi.

## DIVERSITATEA PRODUSELOR ȘI SATISFAȚIA CONSUMĂTORILOR

Inovăm permanent pentru a oferi produse care răspund așteptărilor și stilurilor de viață ale consumatorilor noștri.



În octombrie 2016, am lansat varianta **Coca-Cola Lime**. A fost pentru prima dată când compania noastră a lansat această aromă a Coca-Cola și este un sortiment care poate fi găsit exclusiv în România. Băutura răcoritoare a fost concepută special pentru a satisface nevoile și dorințele consumatorilor noștri privind băuturile răcoritoare.



De asemenea, în 2016, **Fanta** a primit un nou ambalaj, cu formă răsucită, sub sloganul **Squeeze in the fun (Descoperă noua formă a distracției)**. Campania s-a adresat tuturor oamenilor neconvenționali, care se bucură de libertatea oferită de opțiunea de exprimare. Principalele canale de comunicare utilizate au fost panourile stradale și mediul digital.

### STUDII PRIVIND NIVELUL DE SATISFAȚIE A CONSUMATORILOR, REZULTATE

# 100%

VALOARE EGALĂ CU CEA DIN 2016

### NUMĂR TOTAL RECLAMAȚII

## ÎN SCĂDERE CU 48%

FAȚĂ DE 2016

### NUMĂRUL ALTOR RECLAMAȚII

## ÎN SCĂDERE CU 43%

FAȚĂ DE 2016

### NUMĂRUL DE RECLAMAȚII LEGATE DE CALITATE

## ÎN SCĂDERE CU 43%

FAȚĂ DE 2016

### GRADUL DE DISPONIBILITATE A PRODUSELOR

## ÎN SCĂDERE CU 0.1%

FAȚĂ DE 2016



## NUTRIȚIE

Obezitatea și monitorizarea aportului zilnic de calorii reprezintă un subiect de o importanță tot mai mare, iar noi ne-am angajat să sprijinim consumatorii în luarea unor decizii informate. Angajamentele și măsurile noastre sunt incluse în **Politica de sănătate și bunăstare** și în **Declarația privind poziția față de organismele modificate genetic**. În consecință, nu utilizăm ingrediente modificate genetic nici în România, nici în celelalte 27 țări în care ne desfășurăm activitatea și cerem același lucru de la furnizorii noștri.

În cadrul sistemului Coca-Cola, am definit o serie de obiective de atins până în 2020, care vor oferi consumatorilor noștri oportunitatea de a face alegeri informate. Acestea acoperă:

- Informații nutriționale transparente, pe etichetele produselor
- Variante de băuturi cu conținut caloric redus sau fără calorii oferite pe fiecare piață
- Implicarea în mobilizarea oamenilor să facă mișcare, prin susținerea programelor de activitate fizică
- Marketing responsabil, adică nu promovăm produsele noastre copiilor sub 12 ani

## REDUCEREA CONȚINUTULUI DE CALORII ȘI DE ZAHĂR

**Am crescut cu 30% ponderea produselor cu conținut scăzut de calorii introduse pe piață**

Ne străduim să oferim produse inovatoare, punând la dispoziția consumatorilor alternative cu mai puține calorii sau fără calorii și să ne încurajăm consumatorii să aibă un stil de viață activ. Prin implicarea în campanii sportive, ne inspirăm consumatorii să abordeze un stil de viață echilibrat.

Credem în puterea noastră de a inspira adolescenții să adopte un mod de viață sănătos și creștem impactul nostru în acest sens cu ajutorul diferitelor programe inițiate în comunități și campanii. În 2016, am organizat a doua ediție a programului **Școala de Mers pe Munte**. Proiectul combină caracteristici importante pentru misiunea noastră: **educație, sănătate și mediu**. Împreună cu Asociația Tășuleasa Social, am organizat o activitate extraordinară de mers pe munte în perioada 15 august – 12 septembrie 2016 în decorul excepțional al Pasului Tihuța și al Munților Călimani. Programul a fost încununat de succes în special datorită posibilității de a face educație în natură, în aer liber. Împreună, am înțeles mai bine relația dintre om și natură, descoperind moduri echilibrate de a co-exista în armonie.

În 2017, am făcut investiții majore în campanii de marketing pentru a promova produsele noastre cu conținut redus de calorii, punând accent pe ceea ce se află în **interiorul sticlei**. De asemenea, am regândit unele dintre rețetele noastre pentru a reduce conținutul de zahăr și am lansat pe piață alternative la zahăr, cu un gust deosebit.

În calitate de membru al Uniunii Europene a Asociației Producătorilor de Băuturi Răcoritoare (UNESDA), ne-am angajat să reducem cantitatea de zahăr din produsele noastre.

## Sectorul european al băuturilor răcoritoare se angajează să reducă cu 10% conținutul de zahăr până în 2020

Noul angajament, anunțat de către organismul european al industriei băuturilor răcoritoare, UNESDA, vine în completarea reducerii cu 12% a conținutului de zahăr și calorii realizate deja între anii 2000 și 2015. Aceasta înseamnă că rata la care conținutul de zahăr și calorii trebuie redus în cazul băuturilor răcoritoare în Europa se va tripla efectiv, marcând o accelerare considerabilă a vitezei și a amplitudinii eforturilor industriei. Industria colaborează deja în mod activ cu autoritățile locale.

Ca parte a UNESDA, The Coca-Cola Company și Grupul Coca-Cola HBC au colaborat îndeaproape cu restul industriei băuturilor răcoritoare și cu asociațiile naționale din Europa pentru a grăbi acest proces, asigurându-se că sectorul se adaptează schimbării preferințelor clienților în ceea ce privește zahărul.

MOTTO-UL  
NOSTRU ESTE

**„MAI PUȚIN  
ZAHĂR ȘI  
MAI PUȚINE  
CALORII”.**



**Coca-Cola Zero Zahăr** și-a extins prezența în magazine, atingând 30% din întreaga gamă oferită de Coca-Cola. De asemenea, am investit cu 70% mai mult în campanii dedicate de marketing, comparativ cu anul anterior. Rezultatul poate fi ușor observat în vânzări în ceea ce privește acest produs specific – am înregistrat creșteri de 64%.



De asemenea, **rețeta Sprite** a fost complet reînnoită. Cu noua formulă, conținutul de calorii a scăzut de la 41 kcal / 100 ml la 9 kcal / 100 ml.



**Rețeta Nestea** a fost revizuită, de asemenea. Acum, produsul este parțial îndulcit cu extract din frunze de stevia, un îndulcitor fără calorii.

# MARKETING RESPONSABIL

Ne respectăm angajamentul de marketing responsabil atunci când facem reclamă oricăruia dintre produsele noastre, promovând o abordare responsabilă cu privire la părțile interesate și consumatorii noștri.

De asemenea, aplicăm reguli stricte de marketing în ceea ce privește copiii.

- **Nu promovăm mesaje publicitare copiilor cu vârsta sub 12 ani;**
- **Nu utilizăm imagini sau mesaje care pot atrage copiii sub 12 ani;**
- **Nu vindem produsele noastre în școli.**

Efectuăm verificări periodice pentru a ne monitoriza acțiunile, fapt ce ne arată că angajamentul nostru este îndeplinit.

## TRANSPARENȚA PE ETICHETE

Credem că oamenii trebuie să aibă o imagine clară asupra produsului pe care îl cumpără și încredere că au făcut o alegere potrivită pentru nevoile lor. De aceea, punem un accent deosebit pe transparență în comunicare și pe etichetele noastre. Există peste 100 produse cu ambalaje și rețete diferite și 10 tipuri de ambalaje diferite, ca de exemplu: de la sticle returnabile de 250 ml, dozele de 330 ml și până la ambalajele PET de 2 litri. Consumatorul va găsi toate ingredientele conținute pe eticheta produselor noastre: calorii, conținut de zahăr, grăsimi, grăsimi saturate și sare, toate sub formă de valori absolute și ca procent din doza zilnică recomandată. De asemenea, subliniem lipsa de arome artificiale, coloranți și conservanți artificiali în produsele noastre.



# CAMPANII DE SUCCES **2016 - 2017**





## CAMPANIA CSR DORNA, 2016-2017

### Idee: Fii în inima lor pe viață

Peste 200.000 de vizualizări în doar câteva zile de la lansarea campaniei de sprijinire a luptei pentru viața copiilor născuți prematur. Dorna a oferit sprijin în valoare de peste 500.000 de euro și a dotat 40 de maternități cu echipamente necesare acestora. Dorna susține de cinci ani cauza copiilor născuți prematur împreună cu organizația Salvați Copiii, și, alături de ambasadoarea cauzei copiilor născuți prematur, Simona Halep, din 2015.



*Aducem  
natura  
unde nu te aștepti...*



## DORNA PLANT BOTTLE, 2016

**Idee: „#NaturaUndeNuTeAstepti”**  
– Dorna aduce natura unde nu te aștepti, chiar și în ambalajele sale și chiar în aglomerația orașului.

Dorna, singura marcă de apă minerală din România îmbuteliată în PET 100% reciclabil, a lansat campania #NaturaUndeNuTeAstepti. Această inițiativă își propune să inspire oamenii să se bucure de natură și să aibă grijă de mediul înconjurător, creând un liant între orașul aglomerat și natură, prin ambalajul PlantBottle, PET-ul 100% reciclabil, cu un conținut de până la 30% plante, dar și printr-o serie de activări neașteptate, chiar în inima orașului.

**Dorna. ALEGE CEEA CE CONTEAZĂ**



## COCA-COLA ZERO - FORMULĂ NOUĂ -2016

Coca-Cola România a continuat seria lansărilor surprinzătoare cu un nou gust răcoritor - Coca-Cola Zero Zahăr. Zero Calorii. Noua variantă le oferă o alternativă consumatorilor care vor să reducă aportul de zahăr, alegând varianta Coca-Cola care se potrivește cel mai bine gustului, stilului de viață și dietei lor. În noua formulă, Coca-Cola Zero Zahăr. Zero Calorii nu a venit doar cu un gust mai bun, ci și cu un nou nume, pentru a comunica mult mai clar că băutura nu conține zahăr și nu are calorii. Noua grafică include pe ambalaj și numele, împreună cu beneficiile produsului, pentru a ajuta consumatorii să facă alegeri informate.



## CAMPANIA BRĂȚARA OFICIALĂ A VERII - 2017

O campanie inovativă, extrem de reușită, care transformă eticheta Coca-Cola în „brățara oficială pentru cea mai tare vară”, oferind consumatorilor acces la cele mai tari festivaluri de muzică, precum Untold și Neversea. **8 modele diferite de brățări au devenit topicul verii, crescând vânzările cu 11%** și atingând peste 75% din tinerii din România. Mai mult, aplicația Coke Scan, cu ajutorul căreia puteai afla dacă ai câștigat bilete de acces la festivaluri sau multe alte **experiențe a ajuns nr. 1 in App Store și Google Play.**

Campania “Brățara Oficială a Verii” a adus numeroase premii, printre care și **două trofee de aur la PR Awards 2017.**



## LANSARE COCA-COLA LIME – OCTOMBRIE 2016

Din dorința de a adăuga o savoare nouă gustului clasic Coke, în octombrie 2016 Coca-Cola a lansat ceva cu totul diferit. Lime-ul s-a dovedit a fi opțiunea potrivită, fiind un ingredient modern, care se completează perfect cu o atitudine nonconformistă și autentică. Coca-Cola Lime a fost creată pentru piața din România ca răspuns la tendințele pieței și la preferințele consumatorilor români.

Noua băutură răcoritoare este îmbuteliată la fabrica noastră din Ploiești și este disponibilă la nivel național.

## IMPACT

- **ROMÂNIA** – prima țară care a lansat Coca-Cola Lime
- **TV: 1,7 milioane de persoane**
- **2,9 milioane de utilizatori unici** în mediul digital
- **1.645 de milioane impresii în mediul digital** (primele trei luni de la lansare)

## COMUNITATE

# NE PASĂ CE LĂSĂM DUPĂ NOI

Avem angajamente ferme privind sustenabilitatea și am inițiat acțiuni concrete în vederea implementării strategiei de sustenabilitate. Intenționăm să colaborăm îndeaproape cu părțile interesate pentru a oferi valoare la nivel local. Facem eforturi de a diminua provocările sociale și de mediu având un impact pozitiv asupra tuturor aspectelor relevante pentru companie și foarte importante pentru stakeholderii noștri.



## Zonele noastre prioritare

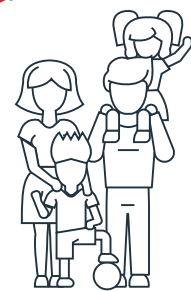
Pe măsură ce provocările sociale și de mediu cresc ca număr și ca grad de urgență, ne concentrăm acțiunile pe trei priorități strategice, care ghidează eforturile noastre de a ne desfășura activitatea și investițiile în comunitate într-un mod sustenabil:



Protecția mediului



Responsabilizarea comunităților și a tinerilor



Bunăstarea comunităților

Pentru fiecare dintre acestea, am stabilit obiective și monitorizăm constant performanța. Prioritățile noastre legate de sustenabilitate susțin direct aspectele imperative ale activității companiei. De exemplu, eforturile noastre pentru eficientizarea costurilor sunt susținute de programe inovatoare de mediu pentru a reduce consumul de energie și apă și volumul de materii prime utilizate.

## INVESTIȚII ÎN COMUNITATE

### Credem cu tărie în contribuția adusă de noi în comunitățile în care ne desfășurăm activitatea

Activitatea noastră aduce beneficii economice la nivel național și local. La aceasta, adăugăm programele noastre de dezvoltare comunitară, care contribuie în mod decisiv la conturarea viitorului. Avem încredere că succesul afacerii poate inspira oamenii să se îndrepte spre schimbări pozitive, inovație și responsabilitate.

Suntem încântați să susținem acțiuni care coincid cu obiectivele noastre legate de sustenabilitate: protecția resurselor de apă și a mediului, responsabilizarea tinerilor și dezvoltarea comunității. Aceste domenii sunt acoperite de implicarea noastră, care poate fi ușor evaluată cu ajutorul cifrelor, în această privință.

Indicator	2016	2017
Număr de organizații care beneficiază de contribuție	10	7

Impactul pozitiv pe care l-am generat poate fi ușor observat prin **valoarea crescută a investiției în comunitate cu 27,46% în ultimul an.**

Indicator	2016	2016, %	2017	2017, %
Valoare totală a contribuției, €	182.800	100	232.980	100
Dezvoltarea tinerilor, €	32.300	17,67	125.885	54,04
Bunăstarea comunității, €	113.000	61,81	87.795	37,68
Protejarea resurselor de apă și a mediului, €	37.500	20,52	19.300	8,28

De-a lungul anilor, am generat un impact pozitiv în cadrul comunităților.

Beneficii și impactul asupra comunității	2016	2017
Numărul copacilor plantați	112.743	83.000
Metri pătrați de împădurire	472.000	160.000
Număr participanți în cadrul proiectelor de dezvoltare a tinerilor	2.798	3.452

## Implicarea angajaților în proiecte

Succesul nostru este obținut împreună cu oameni implicați, motivați, inspirați și deschiși provocărilor.

Sprijinul și implicarea angajaților noștri în acțiunile companiei desfășurate în comunitățile în care operăm sunt, de asemenea, foarte importante pentru noi.

Angajații noștri se implică proactiv în toate programele noastre. Nu numai că au prezentat propuneri de

proiecte (reabilitarea Cascadei Bigăr, inițiată de colegii noștri de la Timișoara), dar, în 2016 și 2017, peste 200 angajați au participat în acțiuni de plantare a copacilor și de curățare a râurilor și au alergat la maratoane care susțineau cauze sociale. În total, aceștia au petrecut 720 ore din timpul lor liber ca voluntari.

Voluntariatul în rândul angajaților	2016	2017
Număr angajați implicați în orele de lucru	Nemonitorizat	90
Total ore de voluntariat în orele de lucru	Nemonitorizat	520
Număr de angajați implicați în timpul lor liber	20	95
Număr de ore cu care angajații au contribuit în timpul liber	180	540



## PROTECȚIA MEDIULUI

**Reducem la minim impactul nostru asupra mediului, în întregul lanț valoric,** prin implementarea, unde este cazul, a unor ținte specifice în vederea:

- Susținerii programelor comunitare de gestionare a apelor și mediului
- Reducerii consumului nostru de apă și energie cât și a volumului de deșeuri produse
- Scăderii drastice a emisiilor noastre de gaze cu efect de seră (GHG)
- Îmbunătățirii ambalajului, a creșterii gradului de recuperare și de reciclare a ambalajelor, a scăderii volumului de deșeuri ajunse la gropile de gunoi
- Aprovizionării sustenabile

Suntem foarte mândri de inițiativa de reabilitare a Cascadei Bigăr, venită din partea angajaților Coca-Cola HBC România de la fabrica din Timișoara. Scopul proiectului a fost acela de a reabilita Cascada Bigăr, care a fost votată de către worldgeography.com ca fiind cea mai frumoasă cascadă din lume. Angajații noștri au identificat oportunitatea de a proteja mai bine cascada și de a dezvolta potențialul turistic al zonei prin crearea unei căi de acces mai sigure la cascadă. Astfel, compania noastră, împreună cu Asociația ViitorPlus și Administrația Parcului Național „Cheile Nerei-Beușnița” a demarat un proiect la scară largă menit să îmbunătățească ecoturismul în zonă.

Reabilitarea a respectat patru etape principale:

- Construirea unei căi pietonale de la parcare până la intrarea în Parcul Național;
- Amenajarea unei căi de acces de la intrarea în Parc până la baza cascadei;
- Construirea unui pas către Peștera Bigăr aflată în apropierea cascadei;
- Amplasarea de panouri informative și coșuri de gunoi în zonă.

Rezultatul acestui proiect ne-a bucurat și ne-a făcut extrem de mândri. Am primit un feedback incredibil imediat după lansarea proiectului. Am generat un impact media imens: 100 de articole scrise și peste 500 de postări pe paginile de social media. Această reacție a contribuit semnificativ la creșterea vizibilității zonei și a interesului oamenilor. În primul weekend de la redeschidere, ulterior reabilitării, numărul de turiști care au dorit să admire zona a atins 10.000. De asemenea, reabilitarea a făcut din Cascada Bigăr un loc sigur de vizitat, iar în 2017, aceasta a fost cel mai vizitat loc din România.

De asemenea, suntem implicați în mod tradițional în inițiativele de plantare a copacilor, atât primăvara, cât și toamna.

## ASOCIAȚII: TĂȘULEASA SOCIAL ȘI ECOASSIST

În 2016 și 2017, am continuat să implementăm programe de impact împreună cu **Tășuleasa Social**, ONG-ul care ne este partener tradițional din zona Dorna: „**Școala de Mers pe Munte**” și „**Ziua Bună! Ziua Voluntarilor Mici**”, activități de protecție a mediului în România, ce implică comunități din mai multe județe din România.

**Asociația EcoAssist** ne-a susținut într-o activitate de plantare, care a avut loc simultan în **nouă județe**. Am sponsorizat întreaga activitate și am fost implicați activ în căutarea de voluntari. Peste **92.740 copaci** au fost plantați și au fost reîmpăduriți peste **422.000 m<sup>2</sup>**.

În 2017, am continuat acțiunile noastre de plantare și am obținut rezultate ce pot fi contorizate. **83.000 copaci** au fost plantați și **160.000 m<sup>2</sup>** de împădurire erau deja realizați.

## RESPONSABILIZAREA COMUNITĂȚII ȘI A TINERILOR

**Dăm înapoi comunităților noastre prin:**

- **Crearea unui impact socio-economic pozitiv acolo unde ne desfășurăm activitatea**
- **Implementarea unor programe de formare și încheierea de parteneriate cu instituții de învățământ pentru a aborda subiectul gradului de pregătire al tinerilor în vederea angajării**
- **Încheierea de parteneriate cu organizații pentru a acorda ajutor în situații de urgență**

Angajamentul nostru de a ne desfășura activitatea într-un mod responsabil și atenția pe care o acordăm celor mai valoroase resurse din lume sunt exprimate prin platforma noastră După Noi. Ca parte din aceasta, subliniem influența măsurilor noastre actuale asupra viitorului prin promovarea comportamentelor și atitudinilor care vor influența semnificativ și pozitiv lumea de mâine.

### Dezvoltarea comunității

Toate proiectele de responsabilitate socială derulate de Coca-Cola HBC România sunt reunite în platforma **După Noi**, lansată în 2015.

**După Noi** reflectă filosofia de sustenabilitate a Coca-Cola HBC, aceea de a lăsa în urmă o lume mai bună, prin protejarea mediului înconjurător și a resurselor, prin promovarea valorilor, a tradițiilor, a poveștilor și a locurilor din România.

Platforma își propune să inspire cât mai mulți oameni să conștientizeze cât de important este ce lasă în urma lor și să adopte un stil de viață cât mai responsabil, pe care să-l transmită și generațiilor viitoare.

**După Noi** este despre optimism. Despre echilibru. Despre bucurie. Este despre noi toți. Și este despre viitor. Este promisiunea noastră că vom păstra intacte comorile pe care le-am descoperit, că le vom proteja și că îi vom inspira și pe alții să ni se alăture. Este angajamentul pe care ni l-am luat în fața tuturor celor pe care îi știm și a celor pe care încă nu i-am cunoscut, că vor putea să se bucure de frumos și de bun.

Primele proiecte au început în Țara Dornelor, acolo unde încurajăm conservarea tradițiilor și a zonelor naturale. Am continuat printr-o serie de inițiative, cum ar fi „*ThinkBIGăr*”, propusă de angajații de la fabrica Coca-Cola HBC din Timișoara pentru amenajarea traseului eco-turistic din zona cascadei Bigăr, sau „*Povești din Ciocănești*”, un serial online cu poveștile autentice ale oamenilor din satul-muzeu Ciocănești.

Construim spiritul de grijă față de generațiile viitoare și față de importanța transmiterii unor valori. Astfel, am organizat două ateliere cu artizani locali care au fost învățați cum să utilizeze social media. Localnicii au primit informații importante cu privire la modul în care ar trebui să își împărtășească cunoștințele cu generațiile mai tinere și importanța acestei acțiuni. Am obținut rezultate importante după ce artizanii au reușit să își împărtășească cunoștințele prin platforme media online. Peste 4.000 oameni au aflat informații noi și secrete legate de activități meșteșugărești.



## Ziua bună! Ziua Voluntarilor Mici – 2016-2017



2016

Peste 8.000 participanți din 74 școli din cinci județe din România s-au implicat, în aprilie 2016, în acțiuni de împădurire, în activități ecologice, precum și în alte proiecte sociale și culturale – ca parte din prima ediție a proiectului de voluntariat „Ziua Bună! Ziua Voluntarilor Mici” organizat de Asociația Tășuleasa Social cu sprijinul Coca-Cola HBC România. Elevii, părinții și profesorii au participat la eveniment, au plantat pomi fructiferi și copaci ornamentali în 25 locații, iar rezultatul a constat în 20.000 puieți și 1.000 plante ornamentale plantate pe o suprafață totală de aproximativ 5 hectare de teren. În același timp, aceștia au lucrat la ecologizarea și reabilitarea curților școlilor și a parcurilor învecinate, curățând un număr total de 63 locații. Simultan, voluntarii care au participat la acest proiect au contribuit la cinci proiecte culturale (spectacole, piese de teatru, concurs cu povești) și 13 proiecte sociale (ajutarea oamenilor în vârstă și a celor cu dizabilități).



2017



**13.000 participanți în total:**  
profesori, elevi, voluntari, părinți, autorități locale, presă etc.



**65 școli din cinci județe**  
(Bistrița-Năsăud, Cluj, Mureș, Maramureș, Sălaj) cu elevi din **162 orașe**



**4 grupuri (30 studenți fiecare)** au participat la atelierele cu o durată de două zile din campusul Tășuleasa Social



**41.000 pomi plantați** (soiuri diferite) în 112 locații diferite

## Școala de Mers pe Munte

Școala de Mers pe Munte este un proiect inovativ în aer liber în care cunoștințele teoretice și practice privind mersul pe munte, cățărarea, camparea și viața în natură sunt prezentate în mod structurat. Astfel, proiectul contribuie la valorificarea potențialului eco-turistic al zonei: Munții Călimani (zona Țării Dornelor) întâmpină turiștii cu locuri și peisaje spectaculoase, cu un parc național, o rețea extinsă de rute turistice și localnici primitori. Participanții sunt învățați și instruiți nu numai cum să meargă pe munte, dar și cum să protejeze natura.

Obiectivul principal este acela de a instrui oamenii să adopte un stil de viață activ și sănătos prin dobândirea cunoștințelor necesare și punerea în aplicare a acestora.

Cel de-al doilea obiectiv îl reprezintă valorificarea potențialului natural al Munților Călimani, Țării Dornelor și a zonei înconjurătoare.

Proiectul este o lecție de iubire, respectare și conservare a naturii, de acționare în mod responsabil atunci când ne aflăm în sălbăticie.



2016 ● **300 participanți împărțiți în 12 grupuri**

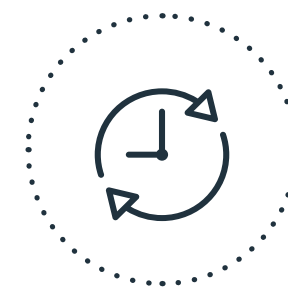
2017



**200 participanți**



**812 oameni** înregistrați



**190 ore** de atelier oferite



## Programe de susținere pentru tineri

Proiectul „La TINeri este Puterea” reprezintă una dintre acțiunile noastre în comunitate în care investim multe resurse. Considerăm ca șomajul în rândul tinerilor este o problemă majoră în rândul populației tinere.

În România, aproximativ 400.000 tineri cu vârsta cuprinsă între 18 și 25 ani nu lucrează și nu frecventează nicio formă de învățământ. De aceea, susținem acțiunile educative și stagii de practică pentru tineri prin crearea de parteneriate cu instituții de învățământ.

Împreună cu **Asociația The Social Incubator**, am reușit să implementăm proiectul **La TINeri este Puterea**. Scopul proiectului este de a facilita și crea condiții pentru tinerii care nu sunt angajați să devină activi pe piața muncii. Accentul este pus pe educație și dezvoltarea de capacități noi pentru persoanele cu vârsta între 18 și 25 ani pentru a se forma profesional, pentru a deveni calificați și atractivi pentru angajatori. Reușim să implicăm peste 50 instituții partenere, care ne împărtășesc viziunea și doresc să contribuie la soluționarea acestei probleme naționale.

Proiectul a fost lansat în 2017 și s-au înscris la el cu succes 556 tineri, care au participat la cursuri intensive cu o durată de trei zile în București, Ilfov, Vaslui și Prahova.

Ne dorim să extindem acest program în viitor și să ajungem la cât mai mulți tineri, la nivel național.

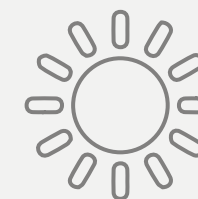
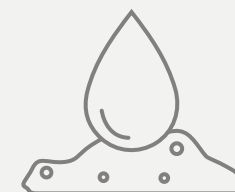
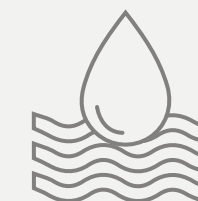


## Programul de vizite al elevilor în fabrica de la Ploiești

Proiectul de **vizite în fabrica de la Ploiești** este un program educativ, derulat în colaborare cu „**Scoala de Valori**”, partenerul nostru specializat în programe educaționale. Împreună cu aceștia, am organizat vizite ale elevilor din mai multe județe din România la fabrica noastră din Ploiești.

Considerăm că educația tinerilor reprezintă unul dintre cele mai importante obiective ale misiunii noastre de a obține un viitor mai bun pentru România și pentru toate țările în care este prezent Grupul nostru.

ACEASTĂ HÂRTIE ESTE VIE.  
DACĂ O PLANTEZI, ÎNFLOREȘTE.



Desprinde hârtia din Raportul de Sustenabilitate.

Ține-o în apă pentru 10-15 minute.

Plantează-o la cel puțin 1 cm sub nivelul solului.

Asigură-te că menții solul umed în permanență pentru o perioadă de 4-6 săptămâni.

Menține o sursă de lumină naturală pentru cel puțin 6 ore pe zi.

În 7-8 săptămâni, bucură-te de florile pe care le-ai plantat!

DESPRINDE HÂRTIA ȘI PLANTEAZ-O ÎN GHIVECIUL SAU ÎN GRĂDINA TA!

## MEDIU

### RESPECTAREA ȘI PROTEJAREA MEDIULUI, PRIORITATEA NOASTRĂ CHEIE

Reducerea impactului asupra mediului rămâne o prioritate cheie. Am investit în soluții inovatoare pentru a îmbunătăți consumul de apă și energie, precum și modul de abordare a managementului deșeurilor. Prioritățile noastre sunt complet aliniate la strategia Grupului. Toate Obiectivele de Sustenabilitate pentru 2020, comunicate de către Grupul Coca-Cola HBC, au fost adoptate la nivel de țară drept obiective locale incluse în planurile de afaceri pe țară, cu acțiuni specifice pentru îndeplinirea acestora. Astfel, ne consolidăm misiunea de a crește responsabilitatea noastră comercială și de a inspira un viitor mai bun.

Întotdeauna luăm în considerare implicațiile operațiunilor noastre asupra mediului, obiectivul nostru fiind protejarea acestuia și conservarea biodiversității. Prin evaluările pe care le efectuăm, identificăm riscurile și oportunitățile asociate cu contextul intern și extern al activității noastre și putem transforma oportunități reale de afaceri în beneficii pe termen lung.

Întreaga noastră activitate respectă legislația locală în vigoare.

Coca-Cola HBC România a implementat un sistem de management integrat conform cerințelor standardelor ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 și FSSC 22000. Certificările ISO au fost obținute începând cu anul 2002 (ISO 9001), 2004 (ISO 14001), 2007 (ISO 22000) și 2008 (OHSAS 18001). Trecerea la ISO 9001:2015 s-a realizat în 2017 și sunt programate pentru 2018 tranzițiile către ISO 14001:2015 și FSSC 22000 v4.1.



### AMBALAJE SUSTENABILE, RECICLARE ȘI GESTIONAREA DEȘEURILOR

Pentru noi, ambalajele reprezintă o prioritate pe lista noastră de subiecte privind sustenabilitatea. Prin respectarea principiului celor trei R: Reducere, Reutilizare, Recuperare, ne propunem să minimizăm impactul asupra mediului, prin urmare luăm măsuri în fiecare etapă a ciclului de viață al ambalajelor noastre.

Obiectivele principale sunt:

- Reducerea masei individuale a ambalajelor pe care le folosim
- Creșterea procentului de materii prime reciclate și reutilizabile
- Promovarea colectării selective și a reciclării deșeurilor

Pe lângă atingerea cotelor de recuperare impuse prin lege și obligatorii pentru fiecare material, investim semnificativ în campanii de educare privind colectarea ambalajelor, urmărind astfel reducerea amprentei de carbon a ambalajelor noastre pe tot parcursul ciclului de viață.

# INIȚIATIVE, REZULTATE ȘI ȐBIECTIVE

Gama de ambalaje pe care le utilizăm:

Categorie	2014			2015			2016			2017		
	Cantitate comercializată (kg)	Cantitate recuperată (%)		Cantitate comercializată (kg)	Cantitate recuperată (%)		Cantitate comercializată (kg)	Cantitate recuperată (%)		Cantitate comercializată (kg)	Cantitate recuperată (%)	
		Reciclare (%)	Altă metodă (%)		Reciclare (%)	Altă metodă (%)		Reciclare (%)	Altă metodă (%)		Reciclare (%)	Altă metodă (%)
<b>Sticlă</b>	<b>3.032.350,00</b>	<b>73,32%</b>	<b>0,00%</b>	<b>4.405.371,00</b>	<b>28,86%</b>	<b>0,00%</b>	<b>5.897.011,91</b>	<b>74,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>5.177.420,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>
<b>Plastic - total</b>	<b>22.453.377,00</b>	<b>59,65%</b>	<b>2,83%</b>	<b>24.721.321,00</b>	<b>38,55%</b>	<b>3,48%</b>	<b>26.351.240,30</b>	<b>38,54%</b>	<b>4,41%</b>	<b>27.237.243,00</b>	<b>46,47%</b>	<b>2,17%</b>
Din care PET	17.096.919,00	68,18%	0,00%	19.048.909,00	48,54%	0,00%	20.852.246,01	37,31%	0,00%	22.170.769,00	55,00%	0,00%
Alt plastic	5.356.458	32,42%	11,86%	5.672.412	5,03%	15,16%	5.498.994	43,22%	21,14%	5.066.474	9,13%	11,65%
<b>Hârtie / carton</b>	<b>2.080.555,00</b>	<b>60,00%</b>	<b>0,60%</b>	<b>2.481.343,00</b>	<b>57,22%</b>	<b>4,41%</b>	<b>2.489.362,19</b>	<b>89,03%</b>	<b>7,50%</b>	<b>2.555.176,00</b>	<b>60,00%</b>	<b>18,23%</b>
<b>Metal - total</b>	<b>1.995.989,00</b>	<b>50,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>2.140.019,00</b>	<b>43,46%</b>	<b>0,00%</b>	<b>1.986.932,79</b>	<b>57,84%</b>	<b>0,00%</b>	<b>2.031.203,00</b>	<b>80,04%</b>	<b>0,00%</b>
Din care aluminiu	1.540.672,00	21,00%	0,00%	1.610.774,00	16,54%	0,00%	1.538.315,87	21,03%	0,00%	1.644.884,00	21,00%	0,00%
<b>Lemn</b>	<b>2.134.104,00</b>	<b>23,81%</b>	<b>0,00%</b>	<b>2.207.146,00</b>	<b>15,00%</b>	<b>37,53%</b>	<b>2.057.556,36</b>	<b>23,66%</b>	<b>14,63%</b>	<b>379.992,00</b>	<b>96,23%</b>	<b>3,77%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>31.696.375,00</b>	<b>57,96%</b>	<b>2,04%</b>	<b>35.955.200,00</b>	<b>37,50%</b>	<b>5,00%</b>	<b>38.782.103,55</b>	<b>47,37%</b>	<b>4,25%</b>	<b>37.381.034,00</b>	<b>57,14%</b>	<b>2,86%</b>
		<b>60,00%</b>			<b>42,50%</b>			<b>51,63%</b>			<b>60,00%</b>	



Recipientele băuturilor noastre sunt realizate în principal din materiale reciclabile - PET, aluminiu sau sticlă.

Avem un program pe termen lung menit să creeze ambalaje ecologice prin reducerea greutateii și introducerea unor materiale revoluționare, cum ar fi cel introdus în PlantBottle (2014-2015). Aceasta este prima sticlă PET din plastic reciclabil pentru băuturi fabricată cu 30% material pe bază de plante denumit PET bio.

Nu numai că reducem greutatea ambalajelor noastre, dar intenționăm și să creștem conținutul reciclat al ambalajelor pe care le utilizăm. O parte din materiile prime pe care le utilizăm pentru ambalajele noastre conține o proporție semnificativă de materiale reciclate, de până la 32,1% pentru sticlă, până la 16% sau chiar 70% pentru capacele din oțel, în funcție de furnizor. Pe lângă utilizarea ambalajului PlantBottle, printre interesele noastre viitoare se află și posibilitatea utilizării unui PET reciclat.

Ne-am angajat și am stabilit acțiuni care să asigure îndeplinirea obiectivelor de sustenabilitate ale Grupului pentru 2020:

- **recuperarea pentru reciclare a unei cantități medii de 40%** din totalul de ambalaje pe care îl introducem pe piață
- **reducerea ambalajului primar cu 25%** pe litrul de băutură produs
- **20% din cantitatea totală de PET** pe care o utilizăm să provină din PET reciclat și/sau PET din materiale regenerabile

## DEȘEURI DE AMBALAJE ȘI COLECTAREA SEPARATĂ A ACESTORA

Prin politica noastră privind deșeurile de ambalaje și reciclarea, ne asumăm optimizarea ambalajelor noastre nu doar prin reducerea cantității de materiale pe care o utilizăm, ci și prin utilizarea de materiale inovatoare și prin promovarea și sprijinirea activităților de recuperare și reciclare a deșeurilor de ambalaje.

### Inițiative, rezultate, obiective

Colectarea separată a deșeurilor este, de asemenea, una dintre obligațiile fundamentale menite să îmbunătățească reciclarea tuturor deșeurilor noastre. Pentru a ne asigura că suntem pe drumul cel bun, verificăm lunar anumiți indicatori specifici pentru reciclarea tuturor materialelor – la nivel de fabrică și, consolidat, la nivel de țară.

	2015	2016	2017
Deșeuri solide produse [g/lpb] YTD*	5,48	4,29	4,56
% Deșeuri solide reciclate	88,22%	86,29%	94,5%

\*lpb-liter per beverage | \*YTD –Year to Date

Pentru deșeurile rezultate din activitățile proprii, folosim bunele practici în domeniu oferind instrumentele necesare pentru o gestionare eficientă a acestora, reflectată într-o rată crescută de reciclare pentru o serie de categorii specifice.

În schimb, întregul ciclu de deșeuri de ambalaje nu se află sub controlul deplin al producătorilor, acesta depinzând de consumatori și de mecanismele și practicile generale de gestionare a deșeurilor.

Cu toate acestea, pentru deșeurile consumatorilor rezultate din ambalajele produselor noastre, utilizăm, de asemenea, instrumente juridice, financiare și contractuale și diferite inițiative proprii pentru a susține colectarea și reciclarea unei părți semnificative a acestora.

Conform politicilor Coca-Cola HBC, suntem, de asemenea, preocupați și ne-am asumat o serie de principii și strategii care ne ghidează comportamentul și îmbunătățește susținerea în legătură cu deșeurile de ambalaje, cum ar fi:

- Îmbunătățirea schemelor de colectare a ambalajelor provenite de la consumatori și sprijinirea educației și creșterea nivelului de conștientizare în rândul consumatorilor
- Angajarea în campanii de sensibilizare a opiniei publice, campanii de educare privind colectarea selectivă a deșeurilor și împotriva aruncării la întâmplare a acestora
- Promovarea dezvoltării și extinderii colectării organizate a ambalajelor provenite de la consumatori în cadrul evenimentelor publice pentru a evita aruncarea la întâmplare a acestora
- Contribuția la închiderea ciclului de ambalare într-un mod sustenabil
- Includerea unor strategii privind ambalajele și deșeurile de ambalaje în procesul de planificare anual al afacerii pentru a ne asigura că acest aspect rămâne o parte integrantă a operațiunilor
- Oferirea de suport autorităților implicate pentru dezvoltarea unui dialog structurat cu părțile interesate, sprijinirea creării de soluții echitabile de închidere a buclei privind ambalajele, încurajarea mecanismelor pieței și promovarea inovațiilor tehnologice de sortare

- Continuarea eforturilor de reducere a greutateii ambalajelor primare și încurajarea utilizării ambalajelor reutilizabile și a unui design mai eficient
- Continuarea creșterii cantității de material reciclat în ambalajele băuturilor, cu accent pe sticlele PET

Pentru a minimiza generarea de deșeuri de ambalaje din lemn, am trecut de la utilizarea paletelor din lemn de unică folosință (paletă din lemn non-Euro) la Euro paletă și paletă CHEP. Soluția CHEP a fost sustenabilă de la început, deoarece paletii din lemn provin din păduri gestionate în mod durabil și a fost certificată de către FSC (Forest Stewardship Council) și PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification).

## MANAGEMENTUL APEI

### Credem cu tărie că industria joacă un rol esențial în identificarea unor soluții sustenabile pentru provocările care apar în legătură cu resursele de apă

Suntem conștienți că resursele naturale sunt limitate, inclusiv apa. Și știm că apa este vitală pentru oameni, iar cererea de apă este din ce în ce mai mare din cauza populației globale în creștere și a economiei accelerate.



Pentru că apa este ingredientul principal al produselor noastre, ne-am concentrat în principal eforturile pe gestionarea eficientă a apei. Reamintim în cadrul Politicii noastre de management al apei că suntem de părere că industria are un rol esențial în găsirea de soluții sustenabile la provocările actuale legate de apă. Depunem multe eforturi în vederea limitării impactului nostru asupra bazinelor hidrografice, promovăm intens gestionarea sustenabilă a resurselor de apă în comunitățile în care operăm și încercăm să ne asigurăm că utilizarea apei satisface nevoile comunităților noastre. Acesta este motivul pentru care suntem implicați în:

- Îmbunătățirea eficienței noastre legate de apă prin adoptarea unor tehnologii moderne și implementarea unor programe care să ne ajute să reducem necesarul de apă pentru producție
- Protejarea surselor de apă și promovarea unei gestionări sustenabile a apei împreună cu partenerii noștri.

## Inițiative, rezultate și obiective

În 2014, fabrica noastră de la Timișoara a fost medaliată cu aur de către European Water Stewardship, o dovadă a angajamentului nostru de a aplica o politică transparentă și corectă de gestionare a apei. Toate cele trei fabrici dețin această certificare, România fiind prima țară din Grup având toate fabricile certificate.

Strategia noastră de protecție a apei este cuprinzătoare și în conformitate cu Politica noastră de mediu și Politica noastră de gestionare a apei.

### Prin angajamentele noastre ne propunem:

- Reducerea consumului de apă și asigurarea faptului că apa uzată este tratată respectându-se biodiversitatea acvatică
- Evaluarea disponibilității resurselor de apă, identificând și minimizând riscurile sociale și de mediu

- Colaborarea cu furnizorii pentru a estima consumul de apă necesar materiilor prime, în special al produselor agricole, cum ar fi zahărul și fructele
- Implicarea comunităților pentru a crește gradul de conștientizare și a proteja resursele de apă prin programe de parteneriat local și internațional
- Asigurarea unor resurse de apă în caz de urgență pentru comunități, după dezastre naturale
- Contribuția la dezvoltarea politicilor privind standardele de profil la nivel local și internațional în parteneriat cu părți interesate cheie
- Colaborarea cu organizații internaționale și inițiative în domeniu, cum ar fi inițiativa ONU „Global Compact Water”

Promovăm și susținem practicile internaționale de gestionare a apei.



## Consumul de apă și gradul de exploatare a surselor de apă

Apa este ingredientul nostru principal, elementul esențial în procesul de producție și cultivarea ingredientelor agricole necesare pentru produsul nostru. Apa sigură, de calitate superioară și accesibilă este esențială pentru sănătatea oamenilor și ecosistemelor, pentru sprijinirea comunităților și creșterii economice. Anual, am stabilit și am implementat un set de programe menite să ne ajute să reducem cantitatea de apă utilizată în procesele noastre, împreună cu obiective ambițioase de îmbunătățire a utilizării eficiente a apei.

Datorită acțiunilor noastre strategice desfășurate în ceea ce privește optimizarea utilizării apei și a proiectelor de economisire a apei, în 2017 am reușit să reducem cantitatea de apă cu peste 15% comparativ cu anul 2016. Este un pas imens care ne dă încredere și ne face mândri de raportul de utilizare a apei cel mai mic obținut vreodată, care este de 1,655 litri de apă per litru de băutură.

## Inițiative, rezultate și obiective

Coca-Cola HBC România este un membru important al Grupului Coca Cola Hellenic și contribuie la performanța sa globală în ceea ce privește sustenabilitatea. Astfel, în 2016, gradul de exploatare a surselor de apă utilizate a fost redus cu 16% (comparativ cu 2010) și cu 32% (comparativ cu 2004). Numai în ultimii doi ani consumul de apă la nivelul întregului grup Coca-Cola HBC a fost redus cu 2,1 miliarde litri – echivalentul unui pahar de apă de persoană la nivel mondial.

Am obținut ratingul „A” în cadrul programului CDP privind apa pentru strategia noastră globală de gestionare a apei, precum și pentru rezultatele obținute și măsurile aplicate la nivelul întregului lanț valoric. CDP gestionează un sistem de raportare a datelor de mediu apreciat la nivel internațional pentru investitori, companii, municipalități, state și regiuni. În ultimii 15 ani, CDP a creat un sistem care a dus la identificarea a numeroase preocupări legate de mediu la nivel global.

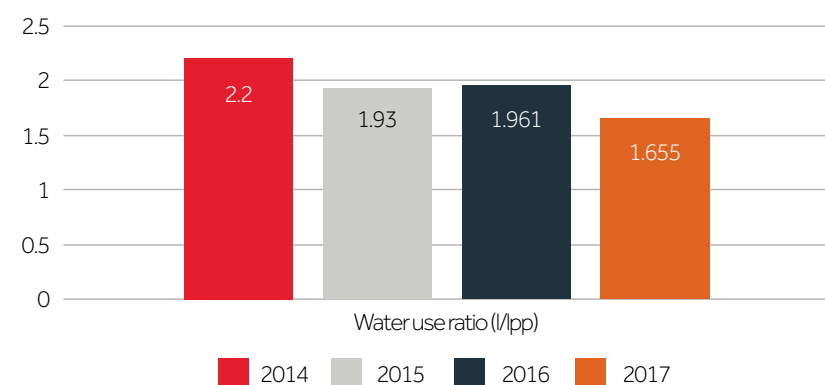
Performanțele legate de îmbunătățirea utilizării apei au fost obținute printr-un set de proiecte diferite. Pe lângă instalarea sau modernizarea generală a liniilor de îmbuteliere, care asigură o performanță mai bună în ceea ce privește utilizarea apei și eficiența energetică, au existat și proiecte dedicate pentru reducerea consumului de apă, cum ar fi:

- **Recuperarea**, tratarea și reutilizarea apei de la spălarea inversă a filtrelor de cărbune și de nisip – Ploiești – o investiție de 22.500 euro
- **Recuperarea apei** de la spălarea inversă a filtrului multimedia și de la „filtrul polisher” – Timișoara – proiect operațional finanțat cu costuri reduse
- **Recuperarea apei tratate** de la pompa de apă (de aerarea apei) a echipamentelor liniei de umplere APET – Ploiești – proiect operațional cu costuri reduse
- **Recuperarea apei calde** din sistemul închis de curățare a echipamentelor fără dezasamblarea acestora – Ploiești – o investiție de 55.000 euro
- **Sistemul închis de curățare** a echipamentelor fără dezasamblarea acestora, modernizarea tehnologiei – Poiana Negrii – o investiție de 340.000 euro
- **Reducerea consumului de apă** prin înlocuirea sursei de apă tehnologică – Poiana Negrii – o investiție de 75.000 euro
- **Tehnologie automatizată de curățare** prin demontare a echipamentului de umplere – Poiana Negrii – o investiție de 35.000 euro
- **Recuperarea apei din clătirea sticlelor PET** – fabricile din Ploiești și Timișoara – proiecte cu costuri reduse gestionate prin costuri operaționale
- **Recuperarea apei de la răcirea** tancurilor de amestec și stocare a sucurilor și piureurilor – Ploiești – proiect operațional cu costuri reduse
- **Sistem de automatizare** pentru creșterea eficienței sistemelor de spălare a sticlelor și a pasteurizatorului de tip tunel – Ploiești – proiect operațional cu costuri reduse

**Apa utilizată și raportul de utilizare a apei (litru/băutură):**

	2014	2015	2016	2017
<b>Consum de apă (L)</b>	1.819 M	1.832 M	1.970 M	1.745 M
<b>Raportul de apă consumată – (l/lpb)</b>	2,2	1,93	1,961	1,655

**Raportul de utilizare a apei**



Ne-am angajat și am implementat măsuri care vor asigura atingerea obiectivelor grupului nostru privind apa: **reducerea volumului de apă utilizat cu 30%** până în 2020 comparativ cu 2010.

**Tratarea și reciclarea apei uzate**

Reciclarea apei joacă un rol important în strategia noastră de eficientizare a consumului de apă, deoarece aceasta reduce în mod activ consumul de apă. De-a lungul timpului, am realizat o mulțime de investiții în acest domeniu prin utilizarea filtrelor de nisip în stațiile de tratare a apei pentru a reutiliza apa în toate fabricile noastre din România, respectând în același timp calitatea sa. Căutăm în permanență oportunități care să ne ajute să reciclăm mai multă apă pe viitor.

În toate fabricile noastre, apa uzată pe care noi o generăm este epurată. Fabricile de îmbuteliere din România au propriile stații de epurare a apei uzate. Ne asigurăm că respectăm cu strictețe legislația de mediu cu privire la apa uzată, iar toți parametrii referitori la apa uzată sunt monitorizați în laboratoarele noastre existente la nivelul fiecărei fabrici. Tehnologia pe care o utilizăm pentru epurarea apei uzate ne permite să

evacuăm apa tratată în natură. Apa epurată în cele trei fabrici de îmbuteliere din România este potrivită pentru utilizarea în agricultură, precum și pentru susținerea vieții acvatice și a plantelor.

Pentru a ne asigura că ne îndeplinim obiectivele legate de utilizarea eficientă a apei, analizăm în permanență stadiul acțiunilor pentru proiectele de reutilizare a apei. Am investit în multe proiecte, în special pentru reciclarea apei, care ne-au ajutat să recuperăm și să reutilizăm apa din diverse echipamente în cadrul procesului de producție (filtrele de cărbune, mașinile de spălat și clătit sticle și pasteurizatoarele). Aceste proiecte ne-au ajutat să obținem economii semnificative în ceea ce privește reducerea consumului de apă.

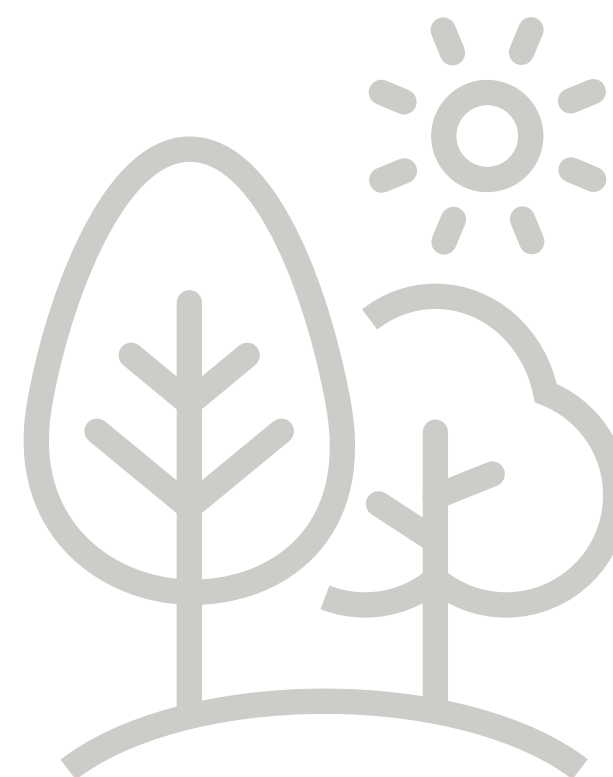
	2015	2016	2017
<b>Apă recuperată și reciclată (litri)</b>	1.801.000	12.293.000	35.533.000

**PROTEJAREA SURSELOR DE APĂ**

**Inițiative, rezultate și obiective**

Sursele de apă sunt considerate strategice pentru dezvoltarea activității și operațiunilor noastre; capacitatea noastră de creștere depinde de disponibilitatea și calitatea resurselor de apă locale. Toate sursele de apă utilizate în procesul de producție sunt foarte bine protejate, monitorizate și analizate periodic.

Întreținerea atentă a zonelor de protecție hidrogeologică se realizează permanent; acolo unde a fost necesar au fost stabilite perimetre extinse ale zonelor de protecție pentru sursele de apă.



**CARBONUL ȘI ENERGIA**

Suntem conștienți de faptul că schimbările climatice reprezintă un potențial risc pentru activitatea noastră. Mai precis, considerăm că schimbările climatice sunt una dintre cele mai mari și mai urgente provocări de mediu cu care se confruntă planeta noastră. Suntem preocupați de posibilitatea creșterii costurilor cu privire la energie, impozitării carbonului, de resursele sustenabile de apă și de materii prime și de eventualele întreruperi ale activității ca urmare a unor evenimente meteorologice extreme. Toate acestea fac din gestionarea energiei și carbonului o prioritate importantă pentru strategia noastră de afaceri. Mai mult, observăm beneficiile pe care afacerea le are ca urmare a investițiilor continue în tehnologii pentru eficiența energetică și reducerea emisiilor de carbon.

**Eficiența energetică**

Energia reprezintă un indicator important atât din perspectiva protecției mediului, cât și din punct de vedere economic. Pentru a ne monitoriza performanța în ceea ce privește eficiența energetică, ne concentrăm pe raportul dintre energia consumată (în megajouli) de către companie pentru a produce un litru de produs finit. În vederea atingerii obiectivelor legate de economisirea energiei, analizăm lunar consumul energetic și stabilim măsuri corective, dacă este necesar. În toate fabricile noastre am implementat tehnologii care au scăzut semnificativ consumul de energie.

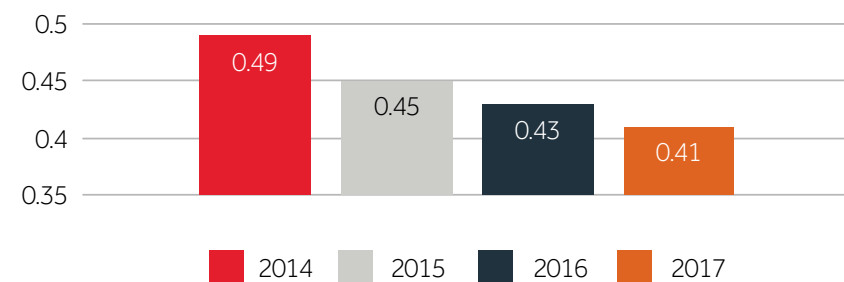
## Inițiative, rezultate și obiective

Am identificat faptul că a face economie nu ține doar de tehnologie, ci și de cultura muncii. De aceea, am lucrat și la creșterea nivelului de conștientizare prin instruirea privind eficiența energetică a operatorilor noștri de linie și a tuturor persoanelor implicate în gestionarea energiei și procesele consumatoare de energie.

Eforturile noastre ne-au ajutat să reducem raportul de utilizare a energiei de la 0,45 MJ/litru de produs finit în 2015 la 0,432 MJ/ litru de produs finit în 2016 și 0,409 MJ/litru de produs finit în 2017, ceea ce înseamnă peste 9% mai puțin în ultimii doi ani.

		2016	2017
Consum energetic [MJ]		434.047.314	430.395.410
EUR [MJ/L]		0,43	0,41
Consumul de energie electrică [MJ]	Consum total de electricitate	277.073.092	254.994.447
	Electricitate de la rețea	74.635.627	63.648.826
	Proporția de electricitate de la rețea din surse regenerabile	55,31%	92,22%
	Electricitate din CHP	163.713.434	175.230.608
	Electricitate din surse regenerabile și curate	74%	92%
Total combustibil ușor [MJ]		157.950	516.750
GPL [MJ]		25.323.710	22.141.341
Gaz natural [MJ]		104.026.931	63.488.752
Energie termică (abur, apă caldă) [MJ]		27.465.632	89.254.119

### RAPORTUL ENERGETIC



Suntem dedicați în permanență implementării de proiecte noi pentru îmbunătățirea performanței și reducerea consumului de apă și energie. Implementarea ideilor și inovațiilor de îmbunătățire se realizează prin proiecte de natură și dimensiuni diferite.

- Astfel, exemplul de bună practică de utilizare a **Centralei de Cogenerare energie termică și electrică (CHP)** utilizată cu succes la Ploiești a fost preluat la fabrica din Timișoara. Această instalație este complet operațională începând din 2017, furnizând electricitate, energie termică și agenți de răcire în funcție de nevoile fabricii. Prin utilizarea gazului natural drept combustibil și a tehnicilor eficiente de cogenerare, această instalație furnizează energie curată, acoperind nevoile fabricii de îmbuteliere din Timișoara și susține obiectivul nostru de reducere a amprentei totale de carbon.
- La sfârșitul lunii iunie 2017, **cea mai rapidă linie de îmbuteliere doze, în valoare de 7 milioane euro**, a fost inaugurată la Timișoara. Pe lângă caracteristicile tehnice și funcționale de top, aceasta aduce beneficii semnificative pentru mediul înconjurător:
  - linia cea mai eficientă din punct de vedere energetic (410 kW / h)
  - linia cu cel mai scăzut consum de apă pe litrul de băutură produs (1,1L)

Pe lângă instalarea obișnuită a noilor linii de producție sau modernizarea celor existente și creșterea eficienței utilizării resurselor, un număr semnificativ de proiecte au vizat în mod direct reducerea consumului de energie pentru anumite operațiuni, echipamente sau procese:

- Îmbunătățirea sistemului de ventilație** pentru echipamentele de îmbuteliat din fabrica din Ploiești, prin reducerea cerințelor de ventilație cu aproximativ 30% ca urmare a introducerii cabinelor la echipamente, cât și prin instalarea unui echipament nou de ventilație (150.000 euro) și a utilizării convertizoarelor de frecvență (19.000 euro).
- Recuperarea apei calde din sistemul închis de curățare a echipamentelor fără dezasamblarea acestora** – la fabrica din Ploiești – investiție de 55.000 euro
- Sistem de monitorizare a energiei** – la fabrica din Ploiești – investiție de 52.000 euro – (proiectul va continua în 2018)
- Sistem de răcire nou pentru ventilație și prelucrare** – Timișoara – investiție de 95.000 euro
- Modernizare arzător pentru cazan LOOS** – Timișoara – investiție de 41.000 euro
- Înlocuirea transformatorului electric** și instalarea unui nou compresor care reduce consumul de energie cu 80% comparativ cu cele două compresoare anterioare – Timișoara – investiție de 88.000 euro
- Sistemele de iluminat vechi au fost schimbate** cu unele tip led – Timișoara – investiție de 70.800 euro
- Încălzitoare optimizate energetic** pentru suflante Krones - Poiana Negrii – investiție de 50.000 euro
- Modernizarea echipamentelor de suflare a preformelor prin **recondiționarea reflectoarelor superioare** ale cuptorului - Poiana Negrii – investiție de 16.000 euro
- Proiect de monitorizare/economisire energie** – Poiana Negrii – investiție de 52.000 euro
- Schimbător de căldură cu perete dublu** – Poiana Negrii – investiție de 25.000 euro



Grija pentru utilizarea responsabilă a resurselor ne-a adus două premii noi în cadrul Conferinței interne Group QSE (Calitate – Siguranță - Mediu) 2017: echipa din Ploiești a ocupat locul 1 la categoria „Practici de succes” și locul al doilea la categoria „Cea mai bună inițiativă de reducere a pierderii”.

Instrumentul de monitorizare a consumului de energie în fabrică, dezvoltat de echipa din Ploiești, a fost desemnat câștigător al secțiunii “Practici de succes”, urmând a fi implementat și în celelalte fabrici din Grup. Principalul beneficiu al acestui instrument este standardizarea raportării distribuției energiei, ceea ce va conduce la identificarea marilor consumatori de energie în cadrul fabricii și a potențialelor pierderi de energie.

Premiul pentru “Cea mai bună inițiativă de reducere a pierderii” se referă la recuperarea apei utilizate pentru menținerea unei temperaturi stabile la tancurile sterile de la linia Aseptică. Ea este colectată și trimisă la stația de pre-tratare, fiind reintrodusă în procesul tehnologic. Astfel, se recuperează aproximativ 15600 mc de apă anual.

Ne-am angajat și am stabilit acțiuni care vor asigura îndeplinirea obiectivelor de sustenabilitate privind energia, la nivelul Grupului Coca-Cola HBC: **creșterea la 40% a utilizării energiei din surse regenerabile și curate din totalul de energie până în 2020.**

## EFICIENȚA TRANSPORTULUI

Datorită creșterii business-ului nostru, distanța de transport (numărul deplasărilor și distanțele pentru transportarea mărfurilor) a crescut, de asemenea. Eforturile au fost orientate înspre măsuri fezabile pentru a diminua impactul asupra mediului pe care îl are transportul în continuă dezvoltare.

### Inițiative, rezultate și obiective

CELE MAI SEMNIFICATIVE MĂSURI ALE NOASTRE ÎN CEEA CE PRIVEȘTE TRANSPORTUL SUNT:

- Rute optimizate pentru camioane;
- Introducerea vehiculelor cu consum redus de combustibil;
- Optimizarea transporturilor și încărcăturilor
- Cursuri de formare interne și externe



Coca-Cola HBC România se angajează să își desfășoare activitățile acordând în același timp o atenție deosebită protecției mediului, sănătății și securității angajaților săi și celor care lucrează pentru noi. Respectăm politicile relevante, urmărind obiectivele companiei și implementăm programe de management privind mediul și sănătatea și securitatea ocupațională cu scopul de a ne atinge obiectivele.

Acționăm într-o manieră responsabilă, iar scopul nostru este acela de a utiliza în mod eficient resursele naturale. Exploatarea flotei este îmbunătățită în mod continuu conform performanței noastre în ceea ce privește mediul și sănătatea și securitatea ocupațională. Pentru a proteja mediul și a reduce riscurile pentru angajați și alte persoane în trafic, stabilim rute de distribuție și de vânzare astfel încât să se asigure utilizarea eficientă a combustibilului și să se evite oboseala șoferilor care lucrează pentru și în numele Coca-Cola HBC România. În plus, am investit în instalarea de dispozitive speciale care să monitorizeze erorile de trafic pe toate autovehiculele din flota noastră, fapt ce a determinat o reducere semnificativă a incidentelor din trafic în care să fie implicată flota noastră. De asemenea, optimizăm condițiile de transport astfel încât produsele livrate să își păstreze calitatea impusă. Oferim dovezi justificate și actualizate ale stării tehnice a vehiculelor utilizate de personalul care lucrează pentru sau în numele Coca-Cola HBC România și evaluăm și extindem utilizarea de combustibili alternativi și a unor vehicule hibride în cadrul flotei noastre.

Am efectuat teste cu camioane hibride în Europa, unde tehnologia nu este încă disponibilă din punct de vedere comercial. Întrucât aceste inițiative sunt încă la început, ne concentrăm și pe reducerea impactului flotei noastre convenționale. De aceea, am redus capacitatea motoarelor și monitorizăm consumul efectiv de combustibil și emisiile de CO<sub>2</sub>. Deși autovehiculele companiei sunt achiziționate în baza unui contract de leasing, compania de leasing este responsabilă pentru respectarea standardelor noastre.

În plus, **toți angajații sunt instruiți cu privire la condusul eficient din punctul de vedere al consumului de combustibil (EcoDriving), șoferii camioanelor și autovehiculelor companiei noastre dezvoltându-și deprinderea de a conduce cu viteză optimă și prin schimbarea promptă a treptei de viteză.** Rezultatele inițiale sunt încurajatoare, prezentând potențialul de reducere semnificativă a emisiilor de CO<sub>2</sub> la nivelul companiei într-o perioadă scurtă de timp.

Impactul produs de flota de autovehicule a companiei

	2015	2016	2017
Numărul de autovehicule aparținând companiei (autovehicule ale departamentelor de vânzări și management)	681	684	686
Km parcursi	21.630.817	21.463.031	21.353.477
Emisii CO <sub>2</sub> , tone	3520	2548	3299
Emisii CO <sub>2</sub> , (g/km)	162,71	118,72	154,49
Consumul de combustibil, (litri/100km)	6,14	4,39	5,77

Am redus emisiile de CO<sub>2</sub> provenite din flota proprie cu **5% comparativ cu 2015.**

## INVESTIȚII MAJORE ÎN LOGISTICĂ ÎN 2017

Am investit în **cel mai mare depozit logistic de tip „drive-in” din România la Poiana Negrii** unde am implementat o soluție care a crescut substanțial capacitatea de stocare a depozitului.

Soluția aleasă presupune plasarea paletilor pentru motostivitor direct la locul de depozitare (la 2, max. 3 niveluri) fără ajutorul unui sistem de tip „shuttle”, care se mișcă orizontal. De aici și denumirea de drive-in.

**Investiție:** aprox. 1 milion Euro

**Capacitate:** 21.000 paleți (producția pe 11 zile)

**Greutate:** 710 tone

**Sistem:** 3500 coloane și 3000 șine

**Așezare în plan:** 252 rânduri de depozitare

**Înălțime:** 12,3 metri



## Emisii de carbon

Amprenta de carbon este, de asemenea, un subiect important, pentru că suntem conștienți că trebuie să minimizăm impactul schimbărilor climatice.

Cunoaștem faptul că dioxidul de carbon are o contribuție majoră la accentuarea efectului de seră și trebuie să limităm cât mai mult posibil cantitatea de CO<sub>2</sub> generată de activitățile noastre.

Am stabilit obiective clare de reducere a emisiilor de CO<sub>2</sub> până în 2020 și ne dedicăm creșterii gradului de conștientizare a angajaților noștri cu privire la importanța schimbărilor climatice și minimizarea producerii de CO<sub>2</sub> de la îmbuteliere la consumatorul final, inclusiv fazele de distribuție și răcire a produselor noastre în frigiderele amplasate în locațiile clienților noștri. Pentru calcul am utilizat factori prevăzuți în Protocolul de la Kyoto, factori ai furnizorilor de energie și alți factori din baza de date Ecoinvent sau studiul IFEU pentru ambalaje și alte materiale.

# SURSA EMISIILOR

### SCOPUL 1 – EMISII DIRECTE DE GES (GAZE CU EFECT DE SERĂ)

EMISII DIRECTE DIN SURSE DEȚINUTE SAU CONTROLATE DE CĂTRE COMPANIE

- CO<sub>2</sub> de la fabricile de îmbuteliere (combustibili fosili)
- CO<sub>2</sub> de la propria flotă de transport (combustibili fosili)
- Agenți de răcire pentru echipamentele frigorifice
- Pierderi de CO<sub>2</sub> (produs)
- CO<sub>2</sub> de la consumul de combustibil al depozitelor

### SCOPUL 2 – EMISII INDIRECTE DE GES

EMISII ASOCIATE CU SURSE DE ENERGIE ACHIZIȚIONATE PENTRU CONSUM PROPRIU DE CĂTRE COMPANIE

- CO<sub>2</sub> de la electricitatea furnizată
- emisii CO<sub>2</sub> de la aburul, apa caldă și agentul de răcire furnizate
- MB - CO<sub>2</sub> de la consumul de electricitate al proprietăților aflate la distanță

### SCOPUL 3 – ALTE EMISII INDIRECTE DE GES

EMISII DIN ALTE SURSE NECONTROLATE DE CĂTRE COMPANIE

- CO<sub>2</sub> în produs (sursă nereciclată)
- emisii de CO<sub>2</sub> de la consumul de electricitate al echipamentelor frigorifice
- emisii totale de CO<sub>2</sub> de la terțe flote (combustibili)
- emisii de CO<sub>2</sub> de la ambalaje primare
- emisii de CO<sub>2</sub> de la ambalaje secundare
- CO<sub>2</sub> de la zahăr și îndulcitori

Tabelul de mai jos prezintă tendința emisiilor de CO<sub>2</sub> din ultimii ani.

	2014	2015	2016	2017
Emisii CO <sub>2</sub> , tone (scopul 1)	12.723	18.947	14.610	12.644
Emisii CO <sub>2</sub> , tone (scopul 2)	21.266	13.232	15.399	15.624
Emisii CO <sub>2</sub> , tone (scopul 3)	235.022	250.309	251.104	233.774

	2014	2015	2016	2017
Emisii CO <sub>2</sub> , mii tone (scopurile 1+2)	33.99	32.18	30.01	28.27
Emisii CO <sub>2</sub> , mii tone (scopurile 1+2+3)	269.011	282.488	281.113	262.042
Emisii CO <sub>2</sub> , g CO <sub>2</sub> / litru de produs	41,02	33,86	29,88	26,88

Toate inițiativele noastre din ultimii ani în vederea reducerii emisiilor de CO<sub>2</sub> au fost în direcția:

- Reducerii consumului de energie
- Eficienței transportului
- Utilizării eficiente a ambalajelor primare și secundare
- Furnizării de frigidere eficiente energetic clienților noștri
- Achiziționării de electricitate din surse regenerabile

## APROVIZIONARE SUSTENABILĂ

### Încurajăm economia locală și creăm valoare în întregul lanț de aprovizionare

Este foarte important pentru noi să dezvoltăm economia țării în care ne desfășurăm activitatea.

Aprovizionarea cu materii prime din surse sustenabile reprezintă o parte importantă a amprentei noastre economice, operaționale și de mediu. Ca parte a modelului nostru de afaceri, performanța furnizorilor noștri influențează direct rezultatele și angajamentele Coca-Cola HBC România în ceea ce privește sustenabilitatea, inclusiv o gamă largă de aspecte economice, sociale și de mediu.

Principiile noastre pentru achiziții se axează pe maximizarea eficienței practicilor de aprovizionare și achiziție. Am elaborat un chestionar de pre-evaluare a furnizorului pentru a analiza capacitățile și nivelul furnizorilor potențiali și actuali referitoare la aspecte care sunt esențiale pentru noi. Modul în care gestionăm și dezvoltăm lanțul de aprovizionare are un impact semnificativ asupra performanței noastre privind sustenabilitatea. Colaborăm cu furnizorii pentru a estima amprenta de apă a materiilor prime, pentru a reduce cantitatea de carbon conținut de ambalaje și îi consiliem cum ar putea să-și reducă amprentele de carbon. În prezent, toate contractele noastre includ Principiile directe ale furnizorului, iar 90% dintre furnizorii noștri s-au conformat acestora.

În ultimii ani, lanțul nostru de aprovizionare a crescut la 1.782 furnizori. În prezent, 1.621 dintre aceștia (91% dintre furnizorii noștri) sunt locali. Scopul nostru este de a susține capitalul național și economia națională prin aprovizionarea la nivel local în măsura în care acest lucru este posibil.

- **74% din bugetul nostru alocat furnizorilor este cheltuit la nivel local**
- **155.037.059,45 euro cheltuieli cu furnizorii**

Ne-am angajat și am stabilit acțiuni la nivelul grupului care vor asigura îndeplinirea obiectivelor de Sustenabilitate ale Grupului: **certificarea a peste 95% dintre principalele noastre ingrediente agricole conform cu Principiile Directoare pentru Agricultură Sustenabilă ale Sistemului Coca-Cola.**

## Energia verde (Energie din surse regenerabile)

Energia electrică utilizată de compania noastră reprezintă cea mai mare contribuție la consumul nostru total de energie. Prin reducerea impactului negativ al producției energiei electrice, suntem capabili să reducem substanțial emisiile noastre de CO<sub>2</sub>. Având în vedere aceste considerente, am decis să achiziționăm numai energie electrică produsă din surse regenerabile sau curate. În 2016, 55,3% din energia electrică achiziționată de pe piața energiei electrice provenea din surse regenerabile. Din martie 2017, pentru prima dată, 100% din energia electrică achiziționată de pe piața energiei a fost din surse regenerabile. Pe lângă energia electrică din rețea, cea mai mare parte din energia achiziționată pentru fabricile de la Timișoara și Ploiești provine din unități de cogenerare cu eficiență ridicată, care furnizează energie electrică, energie termică și agenți de răcire, fapt ce contribuie semnificativ la reducerea CO<sub>2</sub>.



**OAMENII  
NOȘTRI**

## OAMENII FERICIȚI ȘI PASIONAȚI REPREZINTĂ CHEIA SUCCESULUI NOSTRU

Echipa noastră este formată din **1.410 angajați în 2017**, 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.

### Ariile noastre de interes în ceea ce îi privește pe angajații noștri



Bunăstarea,  
angajamentul,  
satisfația și retenția  
angajaților



Pregătire și  
dezvoltare



Acordarea respectului  
oamenilor noștri, crearea  
unui loc de muncă sigur,  
bazat pe încredere și pe  
încurajarea diversității

## BUNĂSTAREA ȘI ANGAJAMENTUL ANGAJAȚILOR

Bunăstarea și angajamentul angajaților noștri reprezintă o prioritate majoră pentru CCHBC Romania. Credem cu tărie că oamenii noștri merită un loc de muncă unde să poată învăța, crește și profita de provocări noi în carierele lor. Suntem convinși că un nivel ridicat al angajamentului angajatului reprezintă calea către o performanță excepțională și tratăm acest aspect cu maximă seriozitate.

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.

### Creșterea importantă, care a adăugat valoare, a fost în următoarele arii:

Arie	2016	2017
"Cred cu tărie în prioritățile strategice ale companiei"	83%	91%
Indice al valorilor	87%	93%

Angajații apreciază comunicarea strategiei companiei de la cel mai înalt nivel ierarhic către toți angajații, înțeleg prioritățile strategice și modul în care rolul și performanțele personale contribuie la atingerea obiectivelor echipei și ale companiei, în general.

### În 2016 și 2017, Coca-Cola HBC România a fost desemnată Cel Mai Dorit Angajator în industria bunurilor de larg consum și plasată în Top 10 Cei Mai Doriți Angajatori din România.

În 2017, am inițiat un plan de acțiune pentru consolidarea implicării sustenabile a angajaților, axat pe patru domenii prioritare:

- Comunicarea și înțelegerea priorităților strategice
- Recrutare, Retenție, Promovare
- Bunăstare și Energie
- Leadership și Dezvoltare

<sup>1</sup>Sondaj realizat de Catalyst Solutions

90%  
2017

84%  
2016

85%  
2015

## Programe desfășurate în 2016-2017 pentru îmbunătățirea implicării angajaților:

**Comunitatea Liderilor de Echipă în Vânzări** a fost construită din dorința de:

- a identifica și a cultiva inovația
- a împărtăși inițiative locale și a implementa cele mai bune practici în cadrul forței de vânzări
- a crește nivelul de energie
- a dezvolta capacitățile liderilor de vânzări

Comunitatea are rolul de a oferi contextul potrivit, bazat pe încredere, susținere și un spirit competitiv pozitiv, pentru a împărtăși idei și a genera planuri de acțiuni, dar mai ales pentru a înlătura bariere și a găsi cele mai potrivite soluții împreună.



În 2017, am lansat

## O nouă strategie pentru susținerea angajamentului în ICSC (Integrated Competitive Supply Chain),

cu scopul realizării unor schimbări semnificative în ceea ce privește satisfacția angajaților.

Strategia își propune să crească gradul de responsabilizare a managerilor direcți în ceea ce privește susținerea angajamentului și are o **abordare în cinci pași:**

1. **Instruiri privind prioritățile oamenilor** – discutarea strategiei generale și a strategiei personalizate pentru fiecare departament
2. **Workshopuri deschise** cu angajații pentru a analiza nevoile acestora, discuții individuale împreună cu Human Resources Business Partner și discuții cu managerii direcți
3. **Workshopuri cu supervizorii** pentru dezvoltarea unor planuri de măsuri pentru fiecare departament și sub-departament, derulate de supervizori
4. **Comunicare și monitorizarea acțiunilor** – planuri de măsuri ce urmează a fi comunicate, iar apoi implementate de către angajați, nu de către manageri
5. **Feedback – Sondaje de Opinie** – adresat tuturor operatorilor de la liniile de îmbuteliere pentru a lua pulsul cu privire la cum se simt în relația cu echipa de conducere și **Sondajul privind Angajamentul**, la care, pentru prima dată, chestionarele sunt completate 100% online

## RETENȚIA ANGAJAȚILOR

Suntem o companie diversă și creăm un mediu de lucru sigur, plăcut și pozitiv. Oriunde ne desfășurăm activitatea, ne onorăm promisiunile și facem ceea ce este corect și nu doar ceea ce este ușor. Vom concura pentru a câștiga în piață, dar vom fi întotdeauna onești, corecți și vom respecta legea în orice colaborare.

În 2016, echipa noastră era formată din 1.433 angajați distribuiți în fabricile de îmbuteliere, depozite, forța de vânzări și sediul central. În decembrie 2017, numărul angajaților era de 1.410, cu 1,6% mai puțin ca în 2016.

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 angajați și în funcție de gen, în 2016 și 2017, având în vedere atât angajații cu normă întreagă permanenți, cât și cei temporari.

	2016	2017
NUMĂR TOTAL <b>angajați</b>	<b>1.433</b>	<b>1.410</b>
Număr total angajați <b>bărbați</b>	1.118	1.070
Număr total angajați <b>femei</b>	315	341

Toți angajații noștri au dreptul la concediu de maternitate/paternitate, în conformitate cu legislația în vigoare și cu prevederile Contractului Colectiv de Muncă, aplicabil tuturor angajaților Coca-Cola HBC România. Între 2016 și 2017, a existat o reducere totală a concediului de maternitate/paternitate (de la 83 în 2016 la 70 în 2017), cu o ușoară scădere a procentului în cazul populației feminine, păstrând nivelul în cazul populației masculine.

Rata de retenție după concediul de maternitate/paternitate/creștere copil în 2017 comparativ cu 2016 a scăzut cu 33,33%. Pentru a încuraja retenția angajaților după întoarcerea din concediu, în unele cazuri, și dacă permite funcția, în prezent compania oferă angajaților ocazia de a lucra la distanță, la cererea angajatului, sau de a beneficia de program de lucru flexibil.

	2016	2017
<b>Număr total</b> angajați care au avut dreptul la concediu de maternitate/paternitate	83	70
<b>Număr total</b> angajați care și-au luat concediu de maternitate/paternitate	22	20
Număr total angajați <b>femei</b> care și-au luat concediu de maternitate/paternitate	19	17
Număr total angajați <b>bărbați</b> care și-au luat concediu de maternitate/paternitate	3	3
<b>Total</b> angajați reînțorși la muncă (după concediul de maternitate/paternitate)	<b>100.00%</b>	<b>66.7%</b>

De asemenea, toți angajații noștri sunt eligibili pentru a fi membri în cele trei sindicate active la nivelul Coca-Cola HBC România. În ultimii doi ani, procentul membrilor de sindicat a ramas neschimbat.

	2016	2017
<b>Angajați înscriși în sindicate, % din totalul FTE*</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>
Angajați înscriși în Sindicatul Liber Coca-Cola HBC Romania	1,74%	2,13%
Angajați înscriși în Sindicatul Independent Coca-Cola HBC Romania	15,21%	15,18%
Angajați înscriși în Unirea Fraților din Coca-Cola HBC	1,61%	1,28%

\*FTE- Full time employee (angajat normă întreagă)

Întâlniri între HR Employee Relations Manager și reprezentantul fiecărui sindicat au loc în mod frecvent. Toate deciziile care afectează angajații sunt comunicate în avans reprezentantului sindical.

Retenția angajaților este prioritară în activitatea noastră și dezvoltăm în permanență strategii și programe pentru a ne atinge obiectivele.

În 2016, ținta totală de rotație a personalului a fost stabilită la **9,5%**, cea atinsă fiind de **14,75%**, angajatele acoperind **2,83%**, iar angajații **11,92%**.

În 2017, ținta a fost de **14%**, cu o țintă totală de rotație atinsă de **13,89%**, angajatele acoperind **2,27%**, iar angajații **11,62%**.

**Procentul de turnover al angajaților în funcție de gen:**

	2016	2017
<b>Bărbați</b>	<b>11,92%</b>	<b>11,62%</b>
<b>Femei</b>	2,83%	2,27%
<b>Total</b>	14,75%	13,89%

**PLANUL DE ACHIZIȚIE DE ACȚIUNI DE CĂTRE ANGAJAȚI** este o componentă valoroasă a schemei noastre de compensații și beneficii.

- **Cum funcționează?** Fiecare angajat decide procentul din salariul său pe care dorește să îl aloce pentru achiziția de acțiuni. În funcție de cât de mult dorește să investească, compania va aloca o parte din contribuția sa sau întreaga contribuție, ajutând fiecare angajat să își crească numărul de acțiuni și valoarea investiției.
- **Cine poate participa în cadrul Planului?** Toți angajații permanenți sunt eligibili să participe, dacă au atins vârsta locală a majoratului și dețin minim șase luni vechime în cadrul Companiei. Până acum, aproximativ 25% dintre angajații noștri au decis să devină acționari.

**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.

# ECHILIBRUL ÎNTRE VIAȚA PROFESIONALĂ ȘI CEA PERSONALĂ

## 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.

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.

1

În 2017 când am sărbătorit „**26 ani în România**” am marcat **această aniversare organizând zile festive și evenimente speciale**. În fiecare fabrică, am organizat “Ziua Fabricii” pentru angajații noștri și familiile acestora într-o atmosferă autentic românească. Am organizat de asemenea Zilele Porților Deschise la fabricile noastre și petreceri de Crăciun pentru copiii angajaților noștri.

2

La sediul central din București, avem o zonă de relaxare denumită Coke&Fun, cu spații de odihnă și de relaxare, unde oamenii se întâlnesc și interacționează. Spații similare de relaxare au fost create și în alte locații (cantină, vestiare) în Ploiești, Timișoara, Poiana Negrii, Iași și Oradea.

3

Pentru cititorii pasionați, avem un sistem gratuit de împrumutare a cărților, cu sprijinul unei companii colaboratoare. Oricine poate împrumuta cărți, acestea fiindu-le aduse la sediul central.

4

**Vinerea Scurtă**, implementată începând cu anul 2015 numai pentru angajații sediului central, este un program de mare succes, care oferă angajaților noștri ocazia de a începe devreme activitățile din weekend, cu un impact direct asupra bunăstării și a timpului de calitate petrecut cu familia și prietenii. Chiar dacă numărul de ore de lucru rămâne același, această inițiativă este foarte apreciată, fiind un program menit să aducă echilibru între viața profesională și cea personală.

## BENEFICII

Compania noastră oferă beneficii pentru angajații cu normă întreagă, cei temporari și contractorii săi. Toți angajații noștri se bucură de asigurare de viață (inclusiv cu acoperire pentru invaliditate și incapacitate temporară de muncă), servicii medicale, plan de cumpărare de acțiuni, beneficii sociale (diferite ajutoare financiare pe care compania le oferă pentru anumite ocazii, cum ar fi pensionarea, căsătoria, nașterea unui copil etc.) tichete de masă, produse gratuite și reduceri pentru o varietate de servicii oferite de companiile partenere.



În 2017, unui număr de **75 persoane** li s-au recunoscut meritele remarcabile în diferite categorii – Performanță în Lanțul de Aprovizionare, Puteri Extraordinare în acțiune, Partener de încredere, Ambasador Coca-Cola, Lider în acțiune și altele.

# PREGĂTIRE ȘI 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.

	2016	2017
Total ore de pregătire	29.374	36.915
Ore de pregătire Dep. Supply Chain	12.561	23.750
Ore de pregătire Dep. Financiar	616	220
Ore de pregătire Dep. Resurse Umane	332	846
Ore de pregătire alte Dep. Admin și Business Solutions & Systems	444	922
Ore de pregătire Dep. Comercial	15.420	12.171

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

În 2017, am creat o Echipă de Commercial Capabilities, care are rolul de a pregăti echipa de vânzări (aprox. 400 angajați) pentru a face față diferitelor provocări, prin dezvoltarea de noi capacități necesare odată cu extinderea portofoliului Coca-Cola HBC în noi categorii de produse.

# PROGRAME DE PROMOVARE A TALENTELOR

	2016	2017
Procentul de promovare a participanților în programul de dezvoltare a talentelor în termen de 12 luni de la finalizarea programului	50%	95.45%
Numărul participanților la programul de dezvoltare a talentelor care au finalizat programul și au fost promovați la un nivel senior de conducere sau într-un grad mai mare al funcției deținute în decurs de 12 luni de la finalizarea programului	11	21
Număr total al participanților care au finalizat programul, excluzându-i pe cei care au lipsit o perioadă lungă de timp, cum ar fi concediul de maternitate	22	22

În 2017, am inițiat **Programul "Apprenticeship"** în Timișoara și Ploiești pentru a recruta și dezvolta tineri talentați în vederea consolidării categoriei tinerilor profesioniști calificați, construind astfel baza pentru o planificare a succesiunii pe termen lung pentru funcția de Supervisor și alte funcții de conducere în Producție.

Grupul țintă este format din studenți de la universități sau colegii tehnice și studenți din cadrul școlilor profesionale cu abilități de învățare rapidă și competențe tehnice bune.

Abordarea noastră a constat într-un program de rotație cu perioade clare alocate fiecărui rol cu parcurs clar al carierei pe două direcții:

### DIRECȚIA DE EXPERTIZĂ:

- Ucenic Producție – Operator - 1 an pe utilaj de complexitate scăzută/medie
- Operator/Operator Șef pe utilaj de mare complexitate

### DIRECȚIA DE LEADERSHIP

- Ucenic Producție – Operator - 1 an pe utilaj de mare complexitate
- Operator Șef – maximum 1-2 ani
- Supervisor Tură – 2 ani

În cadrul programului, au fost contactate 12 școli tehnice și 2 universități. Ca urmare, au fost organizate 8 ateliere la care au participat aproximativ 250 de studenți din ani terminali.

În 2017, prin intermediul acestui program, au fost angajate 8 persoane cu normă întreagă sau jumătate de normă în fabricile noastre din Ploiești și Timișoara.

În primul an, accentul principal a fost pus pe integrarea corespunzătoare prin învățare la locul de muncă, pentru a asigura dezvoltarea stagiariilor înspre cariera dorită.





**Natalia Stroe,**  
*Country Sales Manager, Bulgaria*

Pentru mine, experiența în cadrul Coca-Cola HBC va reprezenta întotdeauna o experiență de învățare și descoperire. Sunt inspirată de oamenii pasionați lângă care ne concentrăm asupra succesului nostru în mod ferm (de aici și motto-ul nostru „Play to Win”) și sunt bucuroasă să văd cum creștem împreună, învățând din fiecare experiență.

Am crescut în Departamentul Producție, iar apoi am acoperit un întreg lanț de aprovizionare pe țară. Am învățat că nu există funcții principale sau de suport. Fiecare funcție sau sub-funcție este la fel de importantă pentru organizație. Cea mai slabă verigă definește forța întregului lanț.

**Csaba Soos,**  
*Regional Manufacturing Director*



**Maria Dinu,**  
*Talent Process Effectiveness Manager*

În luna mai 2016, am preluat rolul de Talent Process Effectiveness Manager din cadrul Talent Center of Expertise în HR, la nivelul Grupului Coca-Cola HBC. Primul proiect de care m-am ocupat pentru întregul Grup a fost dezvoltarea unei abordări pe segmente pentru recrutarea și dezvoltarea internă a talentelor. Cea mai mare provocare a reprezentat-o definirea conceptului de talent. Pentru că este intuitiv pentru un manager să găsească oamenii cu potențial și să îi dezvolte, am preferat să păstrăm o singură definiție generică, legată de combinația între performanță, aspirații, dedicare și abilitatea de a învăța continuu. A fost o experiență deosebită de a aduce la un numitor comun mai multe păreri și de a crea un model care să aibă parte de susținere în cât mai multe țări din Grup.



## DREPTURILE OMULUI ȘI DIVERSITATEA

Respectul pentru drepturile omului este fundamental pentru politica de sustenabilitate a Grupului Coca-Cola HBC și pentru comunitățile în care acesta își desfășoară activitatea. Politica Coca-Cola HBC privind drepturile omului derivă din principiile internaționale privind drepturile omului, după cum este consacrat în Declarația Universală a Drepturilor Omului, în Declarația Organizației Internaționale a Muncii privind Principiile Fundamentale și Drepturile la Locul de Muncă, în Principiile Directoare ONU privind Afacerile și Drepturile Omului și în Inițiativa ONU „Global Compact”.

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 directoare 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.

## ECHILIBRUL ÎNTRE SEXE

Beneficiem de abilitățile, experiențele și implicarea diverselor categorii de oameni care lucrează cu noi. Recunoaștem faptul că diversitatea este esențială pentru ca noi să putem să ne servim cel mai bine clienții și depunem toate eforturile ca nimeni să nu fie tratat inadecvat sau lipsit de respect în cadrul companiei noastre. Acest lucru corespunde valorii noastre de a acționa cu integritate și cu grijă față de angajații noștri.

Forța noastră de muncă este în mare parte de sex masculin - datorită naturii fizice a muncii.

	2016	2017
% Bărbați	78	76
% Femei	22	24

Cu toate acestea, oferim oportunități egale de angajare și dezvoltare în companie. O dovadă a acestui fapt o reprezintă numărul de femei în funcții de conducere în cadrul Coca-Cola HBC România, care, pentru perioada de raportare, a reprezentat aproximativ **36,88%** (2016) respectiv **29,03%** (2017) din totalul angajaților în funcții de conducere. De asemenea, aproximativ **26%** (2016) și **27%** (2017) dintre funcțiile de conducere din prima linie ierarhică au fost ocupate de femei.

Tabelul alăturat prezintă evoluția numărului de angajați pe grupe de vârstă, în ultimii trei ani. Numărul femeilor angajate a crescut cu aproximativ 2% pentru a echilibra balanța între sexe și am dezvoltat programe de retenție pentru angajații cu vârsta peste 50 ani. Politica pentru oportunități egale și importanța diversității este confirmată de faptul că nu există diferențe semnificative între sexe în ceea ce privește remunerația. Orice diferențe între remunerația femeilor și cea a bărbaților în funcție de categorie și rolul deținut sunt generate de vechimea medie pe poziția respectivă.

Număr angajați în funcție de grupa de vârstă:

	2015	2016	2017
<b>sub 30 ani</b>	<b>192</b>	<b>228</b>	<b>255</b>
Bărbați	134	155	166
Femei	58	155	166
<b>30-50 ani</b>	<b>1.102</b>	<b>1.081</b>	<b>1.032</b>
Bărbați	876	864	807
Femei	226	218	225
<b>peste 50 ani</b>	<b>148</b>	<b>123</b>	<b>124</b>
Bărbați	119	99	97
Femei	29	24	27

Număr total angajați în funcție de tipul contractului de muncă:

	2015	2016	2017
<b>Permanent</b>	<b>1.442</b>	<b>1.395</b>	<b>1.377</b>
Bărbați	1.129	1.099	1.052
Femei	313	296	325
<b>Temporar</b>	<b>29</b>	<b>38</b>	<b>34</b>
Bărbați	14	18	18
Femei	15	20	16

Număr de angajați în funcție de regiune și gen:

	2015	2016	2017
<b>BUCUREȘTI</b>			
Bărbați	303	314	313
Femei	165	182	183
<b>CENTRU</b>			
Bărbați	293	288	285
Femei	37	43	43
<b>NORD/VEST</b>			
Bărbați	210	212	212
Femei	45	40	39
<b>SUD/VEST</b>			
Bărbați	131	127	154
Femei	20	15	17
<b>NORD/EST</b>			
Bărbați	206	156	154
Femei	60	56	59

În 2016, am angajat 7 Management Trainees, 3 femei și 4 bărbați. În 2017, 4 Management Trainees, 2 femei și 2 bărbați, au fost angajați în cadrul companiei noastre.

Procent angajați noi în funcție de gen:

	2015	2016	2017
<b>Bărbați</b>	6,10%	228	255
<b>Femei</b>	3,30%	4,95%	3,82%
<b>Total</b>	9,40%	15,62%	12,96%

Procent angajați noi în funcție de grupa de vârstă:

	2015	2016	2017
<b>Sub 30 ani</b>	4,70%	8,85%	8,57%
<b>30-50 ani</b>	0,20%	6,63%	4,32%
<b>Peste 50 ani</b>	4,50%	0,14%	0,07%
<b>Total</b>	9,40%	15,62%	12,96%

Procent angajați noi în funcție de regiune:

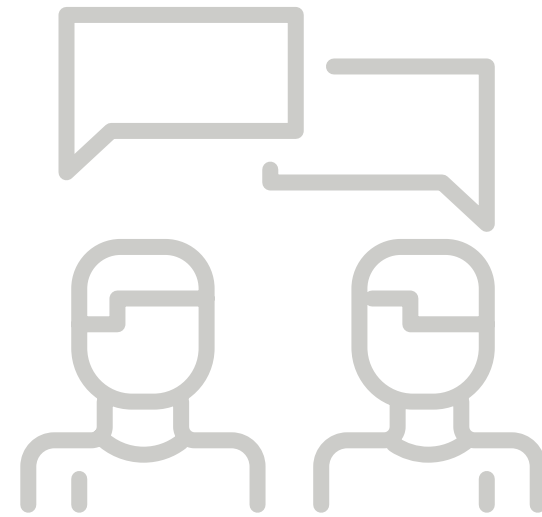
	2015	2016	2017
<b>București</b>	2,90%	6,84%	6,95%
<b>Nord/Est</b>	1,60%	1,95%	2,06%
<b>Centru</b>	2%	2%	1,91%
<b>Sud/Vest</b>	1%	0,77%	0,99%
<b>Nord/Vest</b>	1,90%	0,84%	1,28%
<b>Vest</b>	2,90%	2,44%	3,55%





## POLITICA PRIVIND DREPTURILE OMULUI

Suntem dedicați respectării drepturilor omului și comunităților în care ne desfășurăm activitatea și ne asigurăm că Politica noastră privind Drepturile Omului este comunicată tuturor angajaților noștri. Recunoaștem cu tărie valoarea adăugată oferită de diversitatea angajaților noștri și promovăm dezvoltarea oportunităților egale.



În deplină conformitate cu Politica Companiei, Coca-Cola HBC România nu a primit nicio reclamație privind încălcări ale drepturilor omului în 2016 și 2017. Toți oamenii noștri sunt instruiți cu privire la **Politicile și Liniile Directoare ale Coca-Cola HBC**. Am crescut numărul de ore de pregătire în ultimii doi ani cu 36% (în 2016, **866 ore de pregătire**, iar în 2017 un total de **1.178 ore de pregătire**).

Pentru a consolida cunoștințele referitoare la politicile noastre, organizăm anual Săptămâna de Etică și Conformitate. În mai 2017, acest eveniment a avut tema **Drepturile Omului**. Aproximativ 650 angajați au participat la această pregătire, pe parcursul a 8 sesiuni de instruire.

Pentru a raporta orice încălcare a politicii privind drepturile omului, angajații noștri se pot adresa conducerii sau Departamentului de Resurse Umane sau Departamentului Juridic sau pot utiliza linia "Vorbește!", care este un canal dedicat de comunicare, confidențial și independent, disponibil în limba română.

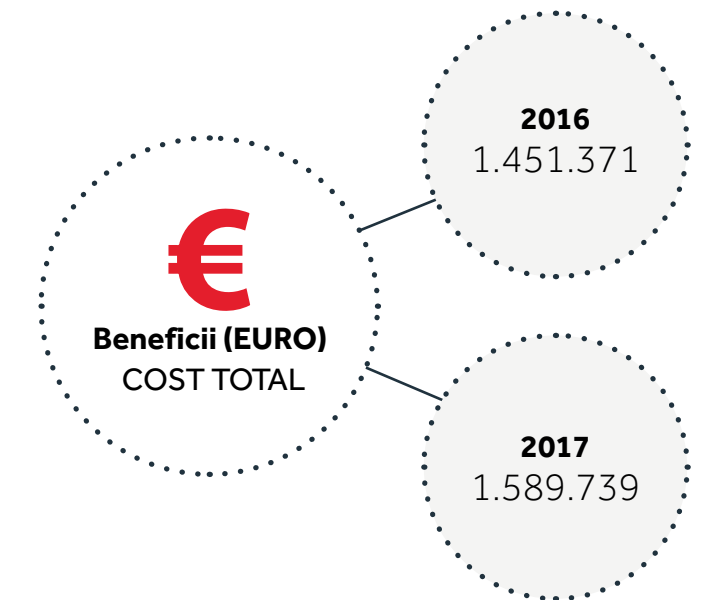
Compania se obligă să efectueze investigațiile necesare, să examineze și să ofere un răspuns cu privire la oricare dubii ale angajaților implicați și să ia măsurile corective necesare pentru astfel de încălcări.

Compania respectă toate legile locale privind vârsta minimă de angajare, după cum se prevede în Convenția ILO 138, și nu angajează persoane cu vârsta mai mică de 18 ani în funcții care presupun muncă periculoasă, după cum prevede în Convenția ILO 182.

## PLATA ECHITABILĂ ȘI BENEFICIILE SOCIALE

Plătim angajaților noștri salarii competitive în comparație cu industria și piața locală a muncii. Operăm în conformitate deplină cu legile aplicabile privind salariul, programul de lucru, orele suplimentare și beneficiile.

Oferim condiții de plată echitabile angajaților noștri împreună cu alte beneficii, cum ar fi bonuri de masă, abonamente medicale la o clinică privată, asigurare de viață și de accidente, opțiunea de a achiziționa acțiuni și diferite beneficii sociale, cum ar fi: diferite ajutoare financiare pe care le oferă compania pentru anumite ocazii, cum ar fi pensionarea, căsătoria, nașterea unui copil, beneficii financiare pentru copii de Crăciun și Paște, zile libere adiționale la concediul de odihnă anual bazat pe vechimea în companie, reduceri speciale la programe de wellness, reduceri la diferite produse și servicii (agenții de voiaj, magazine de mobilă, telecomunicații, servicii bancare).



## SIGURANȚA LA LOCUL DE MUNCĂ

Suntem dedicați menținerii unui loc de muncă unde nu există violență, hărțuiri, intimidări sau alte condiții nesigure sau perturbatoare din cauza amenințărilor interne sau externe. Condiții de siguranță sunt asigurate angajaților pentru a le fi protejate securitatea, viața privată și demnitatea.

Siguranța la locul de muncă reprezintă obiectivul nostru zilnic și promovăm în mod activ programe de conștientizare. De asemenea, ne implicăm angajații în procesul de identificare a zonelor ce trebuie îmbunătățite în ceea ce privește gestionarea siguranței. Este important ca toată lumea să înțeleagă rolul pe care îl are în menținerea în siguranță a echipei la locul de muncă. De aceea, fiecare supervisor efectuează periodic audit-uri pe teme cum ar fi mediul, sănătatea și siguranța angajaților.

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.

Indicator	2016		2017	
	Bărbați	Femei	Bărbați	Femei
Decese	0	0	0	0
Răniri grave	1	0	1	0
LTA* > 1 zi pe 100 FTE**	0,21	0	0,35	0
Accidente la 1 milion km	6,47	0,83	4,49	1,41

\*LTA- Lost time through accidents (Accidente soldate cu absența de la locul de muncă)  
\*\*FTE – Full time employee (Angajat cu normă întreagă)

**Toolbox Talk** și **Walk the Talk** sunt ședințe informale des întâlnite, care se desfășoară în departamentele operaționale și în departamentul de vânzări. În 2016 și 2017, mai multe aspecte privind siguranța au fost discutate între directori și personalul operațional cu scopul de a identifica împreună aspectele critice legate de activitățile zilnice, pericolele de la locul de muncă și posibilele soluții ce urmează a fi adoptate pentru prevenirea accidentelor.

**Conducusul defensiv**, cu pregătiri teoretice și practice, a fost introdus în cel de-al patrulea trimestru din 2017 pentru o parte din flota noastră – categoria de risc ridicat formată din 111 angajați.

Contractorii noștri sunt, de asemenea, extrem de importanți pentru noi, având în vedere implicarea lor în activitățile noastre operaționale. Dorim ca aceștia să fie în siguranță în spațiile noastre și, de aceea, am organizat instruirii periodice dedicate acestora.

Indicator	2016	2017
Rapoarte cu evenimente la limita de producere	3.001	3.028
Întruniri <i>Toolbox Talk</i>	3.033	2.636
Inspecții <i>Walk the Talk</i>	2.653	2.634
Ore de pregătire privind sănătatea și siguranța	16.614	17.133

## Comportament Bazat pe Siguranță

### Calea sigură este singura cale

Siguranța personală are o importanță crucială atât pentru tine, cât și pentru companie și colegii de muncă. Așadar, nu uita să faci din aceasta o prioritate zilnică, deoarece siguranța personală, atât la serviciu, cât și acasă, este responsabilitatea ta.

**Siguranța la volan**  
În cadrul Coca-Cola HBC, accidentele rutiere reprezintă unul dintre cele trei riscuri majore. Un comportament ce ignoră normele de siguranță la volan ne-ar putea afecta pe toți, de la persoanele care merg cu mașina la serviciu până la pietoni și navetiști. Comportamentul conducătorului auto este principala cauză a accidentelor grave / fatale în Coca-Cola HBC.

**Manipulare manuală**  
Manevrele manuale incorect executate reprezintă una dintre cele mai frecvente cauze ale accidentelor de muncă. Aceste accidente se pot produce oriunde lucrează oameni, în secții de producție, depozite, la sediul clientului sau în timpul livrărilor.

**Alunecări, împiedicări și căderi**  
Aceste trei tipuri de situații reprezintă principala cauză a accidentelor de la locul de muncă, fiind asociate în principal cu comportamente de risc și lipsa concentrării și a atenției.

**Managementul contractorilor**  
Avem obligația de a avea grijă și de a fi responsabili în relația cu contractorii care lucrează în locațiile noastre, pentru a le asigura siguranța și a le proteja sănătatea.

**B3 BEHAVIOUR BASED SAFETY**

13 - 17 noiembrie 2017

În 2017, am organizat pentru prima dată o **Săptămână dedicată Calității, Sănătății și Siguranței în Muncă și a Mediului** cu sesiuni de pregătire, activități practice, concursuri și întrebări. Angajații noștri au fost foarte receptivi și au arătat interes față de subiecte.

Organizăm campanii anuale pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la subiectele legate de sănătate și siguranță. În campaniile noastre „**Mie îmi pasă**” (2016) și „**Calea sigură, singura cale**” (2017), accentul principal a fost pus pe subiecte precum siguranța bazată pe comportament, ergonomie, conducerea în siguranță (pregătire oferită de Napoca Rally Club), gestionarea stresului, spațiu de lucru închis. La cererea angajaților din cadrul echipei noastre comerciale, au fost oferite, de asemenea **instruirii de prim ajutor**.

În 2016 și 2017, am investit în domeniul siguranței aproximativ 225.000 euro în sisteme 4 life-line instalate pe acoperișul clădirilor sau pe rezervoare pentru a asigura fixarea în siguranță a lucrătorilor care își desfășoară activitatea la înălțime în fabricile noastre de la Timișoara, Poiana Negrii și Ploiești.

O altă investiție pentru siguranța angajaților a reprezentat-o **Comanda dublă** la Fabrica de la Dorna, pentru a împiedica angajații să opereze utilajele într-un mod riscant.

# INDEXUL DE CONȚINUT GRI

ELEMENTE DE INFORMARE GRI STANDARD

Standardul GRI	Explicații	Pagina
102-1	Numele organizației	11
102-2	Activități, mărci, produse și servicii	16 – 18; 40 – 41
102-3	Localizarea sediilor centrale	102
102-4	Localizarea operațiunilor	38 – 39
102-5	Tipul de proprietate și forma legală de organizare	11
102-6	Piețele deservite	15
102-7	Dimensiunea organizației	9
102-8	Informații despre angajați și alți lucrători	87, 94
102-9	Lanțul de aprovizionare	82
102-10	Schimbări semnificative în organizație sau lanțul de aprovizionare	12 – 14; 82
102-11	Principiul precauției sau abordarea precaută	25 – 26
102-12	Inițiative externe	25 – 26
102-13	Afilieri	27 – 30
102-14	Cuvânt înainte din partea celui mai înalt reprezentant al companiei	7-Jun
102-16	Valori, principii, standarde și norme de conduită	26; 96
102-17	Mecanisme de consiliere și preocupări legate de etică	96
102-18	Structura de conducere	22 – 24
102-40	Lista grupurilor de părți interesate	27 – 29
102-41	Contracte colective de muncă	88
102-42	Identificarea și selectarea părților interesate	27 – 29
102-43	Abordarea privind implicarea părților interesate	27 – 29; 34; 85
102-44	Subiecte și preocupări cheie ale părților interesate	27 – 29; 34
102-45	Entitățile incluse în declarațiile financiare consolidate	Spre consultare accesați <a href="http://www.mfinante.ro/agentcod.html?pagina=domenii">http://www.mfinante.ro/agentcod.html?pagina=domenii</a>
102-46	Definirea conținutului raportului și limitele subiectelor relevante	31-33
102-47	Lista subiectelor materiale	31-33
102-48	Informații actualizate	102
102-49	Modificări în procesul de raportare	102
102-50	Perioada de raportare	102
102-51	Data celui mai recent raport de sustenabilitate	102
102-52	Ciclul de raportare	102
102-53	Adresa de contact pentru întrebări privind conținutul raportului	102
102-54	Declarație privind nivelul de conformitate cu Standardele GRI	102
102-55	Indexul de conținut GRI	100-101

ELEMENTE DE INFORMARE GRI SPECIFICE

Standardul GRI	Explicații	Pagina
<b>MEDIU</b>		
<b>Ambalaje sustenabile, reciclarea și gestionarea deșeurilor</b>		
103-1	Explicarea subiectului material și a limitelor acestuia	67; 70; 71
103-2	Abordarea managerială și a componentelor sale	
103-3	Evaluarea abordării manageriale	
306-2	Deșeurii în funcție de tip și metoda de eliminare	67 - 71
<b>Managementul Apei</b>		
103-1	Explicarea subiectului material și a limitelor acestuia	71-73
103-2	Abordarea managerială și a componentelor sale	
103-3	Evaluarea abordării manageriale	
303-1	Cantitatea de apă utilizată / extrasă	9; 74; 77
303 – 3	Apă reciclată și reutilizată	72; 74
<b>Carbonul și Energia</b>		
103-1	Explicarea subiectului material și a limitelor acestuia	75; 76; 79; 80
103-2	Abordarea managerială și a componentelor sale	
103-3	Evaluarea abordării manageriale	
302-1	Consumul de energie în cadrul organizației	76; 82
302-3	Intensitatea energetică	76
305-1	Emisii de GES directe (Domeniul 1)	80 – 81
305-2	Emisii de GES indirecte (Domeniul 2)	80 – 81
305-3	Alte emisii de GES indirecte (Domeniul 3)	80 – 81
305-4	Intensitatea emisiilor de GES	9; 81
<b>SOCIAL</b>		
<b>Oamenii noștri</b>		
103-1	Explicarea subiectului material și a limitelor acestuia	84; 85; 87; 89; 91; 93; 94; 96; 97
103-2	Abordarea managerială și a componentelor sale	
103-3	Evaluarea abordării manageriale	
401- 1	Angajări noi și fluctuația de personal	88
401-3	Concediu parental	87
403-2	Tipuri de vătămare și rata de vătămare corporală, boli profesionale, zile pierdute, absenteism și numărul de decese legate de muncă	98
404-1	Numărul mediu de ore de formare pe an, per angajat	90
404-2	Programe de îmbunătățire a competențelor angajaților și programe de asistență în cazul schimbării poziției în companie	91
405-1	Diversitatea structurilor de conducere și a angajaților	94-95
406-1	Incidente de discriminare și acțiuni corective întreprinse	96
<b>Comunitate</b>		
413-1	Operațiuni care au implicat comunitățile locale, evaluarea impactului și programe de dezvoltare	56 – 65
<b>ECONOMIC</b>		
203-1	Investiții și servicii de infrastructură sprijinite de organizație	39
416-1	Evaluarea impactului produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței consumatorului, în funcție de categorie	36; 43; 44
416-2	Incidente de neconformare referitoare la impactul produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței consumatorului	41
417-1	Cerințe și informații necesare pentru etichetarea produselor și serviciilor	44 – 45
417-3	Incidente de neconformare referitoare la comunicarea de marketing	44 – 45

## DESPRE RAPORT

Pentru că este important ce lăsăm După Noi, considerăm obligatorie o comunicare clară și relevantă cu toți stakeholderii noștri. Stakeholderii noștri trebuie să înțeleagă prioritățile noastre, precum și legătura dintre performanța noastră în România și obiectivele de Sustenabilitate asumate de Grupul Coca-Cola HBC în 2016.

### Scopul Raportului

Prezentul Raport de Sustenabilitate este cel de-al patrulea raport publicat de Coca-Cola HBC România din 2011 până în prezent; acesta reflectă performanța noastră în domeniul sustenabilității și furnizează informații privind realizările și provocările companiei în perioada 2016-2017. Raportul oferă date cantitative și calitative referitoare la modul în care compania își derulează operațiunile în România. Intenționăm să continuăm să publicăm anual rapoarte de sustenabilitate, începând cu 2019.

### Perioada de Raportare

Raportul de Sustenabilitate oferă informații privind activitățile Coca-Cola HBC în România. Toate informațiile cuprinse în acest raport acoperă perioada anilor financiari 2016-2017. Nu au intervenit modificări substanțiale în raportare și nici nu au fost reluate informațiile conținute în ediții precedente ale raportului de sustenabilitate.

### Referințe

Raportul a fost elaborat de către reprezentanții sediului central, localizat în Voluntari, Global City Business Park, Șoseaua București Nord, nr. 10, Clădirea O2. Elaborarea acestuia respectă principiile de raportare dezvoltate de Grupul Coca-Cola HBC; raportul a fost realizat în conformitate cu standardele GRI de raportare – Core option. Standardele GRI reprezintă cea mai nouă generație de raportare în domeniul sustenabilității, lansate de Global Reporting Initiative în octombrie 2016.

### Mulțumiri

Raportul a fost elaborat sub coordonarea Departamentului de Public Affairs și Comunicare al Coca-Cola HBC România, cu sprijinul unui consultant extern calificat în domeniul Sustenabilității, Denkstatt România. Raportul nu a fost auditat extern de o terță parte.

Dorim să mulțumim tuturor celor care au contribuit ca realizarea acestui raport, incluzând aici toate departamentele suport, precum și stakeholderii externi cu care am purtat discuții, dată fiind importanța pe care o acordăm feedback-ului lor.

### Date de contact și informații despre raport:

Feedback-ul dumneavoastră este extrem de valoros pentru noi. Vă rugăm să contactați departamentul nostru de **Public Affairs și Comunicare** la [csr@cchellenic.com](mailto:csr@cchellenic.com) în cazul în care aveți nevoie de clarificări sau dacă doriți să faceți sugestii.

