



ZPRÁVA O SOCIÁLNÍ ODPOVĚDNOSTI
SPOLEČNOSTI 2009

Coca-Cola HBC Česká republika



ÚVOD

Představení společnosti
Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o.



Vážení čtenáři,

po dvou vydaných tištěných Zprá-
vách o sociální odpovědnosti naší
společnosti v České republice a
jeden elektronické přichází již čtv-
rtá, opět v elektronické podobě. Její
vydávání se u nás již stalo tradicí a
chceme vám jejím prostřednictvím

i nadále poskytovat informace o našem podnikání.

Podle neziskové organizace Business Leaders Forum sociální
odpovědnost firem (další používané výrazy jsou např. společ-
něnská odpovědnost či původní anglický výraz Corporate So-
cial Responsibility se zkratkou CSR) představuje dobrovolný
závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně
k prostředí i společnosti, ve které podnikají. V praxi to zname-
ná, že firmy, které přijaly CSR za své, si dobrovolně stanovují
vysoké etické standardy, snaží se minimalizovat negativní

dopady na životní prostředí, pěstují dobré vztahy se svými
zaměstnanci a podporují region, ve kterém působí. Takové
firmy jsou nositeli pozitivních trendů a pomáhají měnit pod-
nikatelské prostředí jako celek, odlišují se od konkurence,
stávají se žádaným partnerem podobně smýšlejících firem
a organizací a atraktivním zaměstnavatelem. Společensky
odpovědné aktivity firem jsou čistě dobrovolné a charakteris-
tické tím, že jdou nad rámec povinností daných zákonem.

Stejně vidíme sociální odpovědnost naší společnosti i my
a věříme, že brzy přestane být tento pojem pouze módní
vlnou a stane se nedílnou součástí všech oblastí podnikání –
tak, jako je tomu u nás.

Tomáš Kadlec
generální ředitel

System Coca-Cola



System Coca-Cola je tvořen po celém světě společnostmi The Coca-Cola Company a jejími partnery. The Coca-Cola Company, která je vlastníkem značek a merchandisingových práv, vyrábí základní suroviny pro nealkoholické nápoje a vytváří charakter a marketing jednotlivých produktů. Společnost poskytuje jednotlivým výrobním a distribučním organizacím časově a územně omezená oprávnění k tomu, aby vyráběly a distribuovaly hotové nealkoholické nápoje. V České republice je tímto partnerem společnost Coca-Cola Hellenic.

Členem skupiny Coca-Cola Hellenic, jednoho z největších světových producentů značkových nápojů společnosti The Coca-Cola Company, který operuje ve 28 zemích Evropy, Asie a Afriky a nabízí nápoje více než 500 miliónům spotřebitelů, je Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o. Do 31. 3. 2008 působila pod obchodním názvem Coca-Cola Beverages Česká republika, spol. s r.o. V České republice spolupracujeme s více než 40 000 zákazníků. Provozujeme deset obchodních center, jejichž prostřednictvím dovážíme naše výrobky obchodním partnerům a díky nim i konečným spotřebitelům. Zaměstnáváme cca 1200 zaměstnanců a na každé pracovní místo navazuje několik dalších u našich dodavatelsko-odběratelských partnerů.

Prodej nápojů společnosti Coca-Cola v miliónech litrů v České republice

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
225	238	240	257	296	331	322	309

Poslání společnosti Coca-Cola Hellenic

My, zaměstnanci společnosti Coca-Cola Hellenic, budeme

- poskytovat osvěžení našim spotřebitelům
- partnery našim zákazníkům
- vytvářet hodnoty pro naše akcionáře
- ... a obohacovat život místních komunit

Společensky odpovědná firma

Cílem společnosti Coca-Cola HBC Česká republika, jako člena skupiny Coca-Cola Hellenic, je být nejen komerčně úspěšná, ale též dodržovat etické zásady a být sociálně a ekologicky zodpovědná.

Tento závazek společenské zodpovědnosti je podložen programem Citizenship@Coca-Cola – společným prohlášením o závazcích a principech, které vydala společnost The Coca-Cola Company, Coca-Cola Hellenic a ostatní klíčoví výrobci. Tyto závazky a principy jsou základem činnosti firmy a také základem této zprávy.

Citizenship@Coca-Cola stojí na čtyřech základních pilířích: pracovní prostředí, životní prostředí, tržní prostředí a spolupráce s místními komunitami.

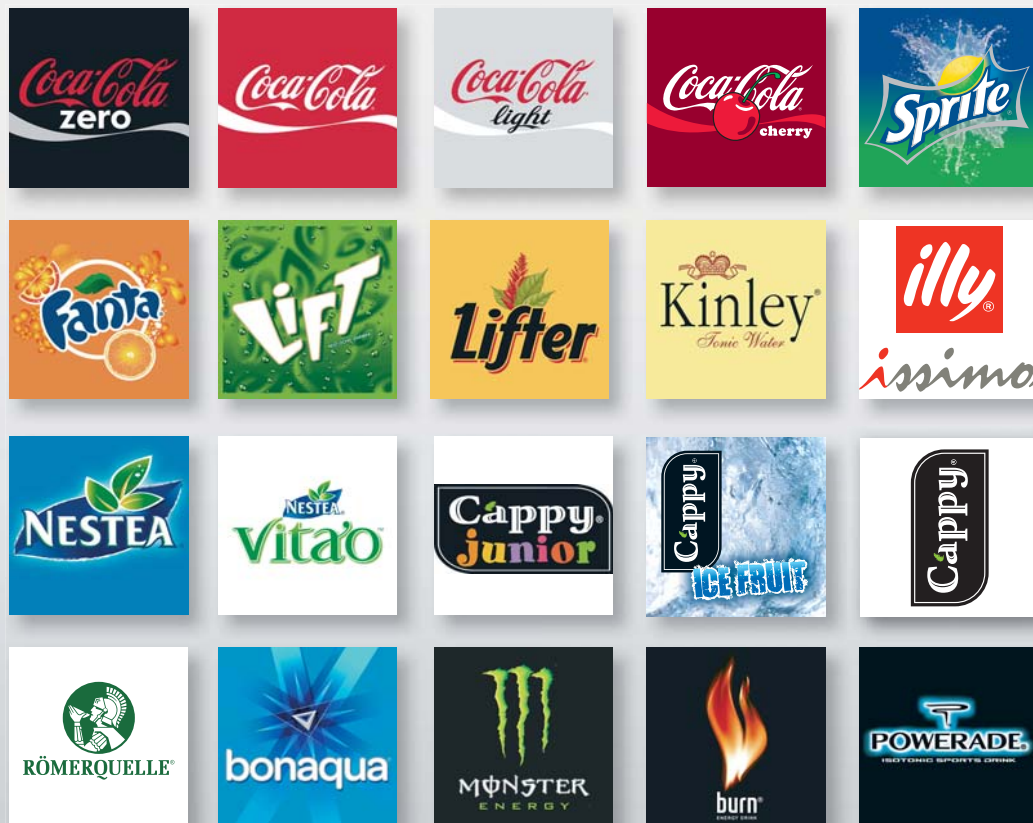


- **Pracovní prostředí:** vytvářet otevřené a vstřícné prostředí, kde pracují vysoce motivovaní, produktivní a odhodlaní zaměstnanci.
- **Prostředí trhu:** nabízet takové produkty a služby, které vycházejí z potřeb našich spotřebitelů a pomáhají prodejcům v jejich podnikání.
- **Životní prostředí:** řídit naše podnikání takovým způsobem, který chrání životní prostředí, a integrovat principy udržitelného rozvoje do rozhodování a procesů.
- **Spolupráce s komunitou:** investovat čas, znalosti a zdroje a být tím svému okolí nejen ekonomickým přínosem, ale také podporovat soužití s místními komunitami pomocí lokálně významných aktivit.

Rozmanitost a výběr

V naší nabídce lze nalézt sycené nealkoholické nápoje, balené vody a vody s příchutí, džusy, nektary, sportovní nápoje, nápoje na bázi kávy, čaje i výtažku z bylin.

Naším cílem je, abychom byli na dosah ruky pokaždé, když někdo dostane chuť na nealkoholický nápoj, a abychom vždy nabídli takový nápoj, který se pro danou chuť, náladu, příležitost a životní styl nejlépe hodí.



PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ



Společnost Coca-Cola HBC Česká republika se řídí těmito základními principy a pravidly:

- vytvářet silný vztah s našimi zaměstnanci díky otevřené komunikaci
- jednat se zaměstnanci čestně, s úctou a respektem
- řídit se zákony platnými v České republice
- podporovat se vzájemně k co nejlepšímu výkonu
- odměňovat zaměstnance na základě jejich pracovního výkonu
- nabízet zaměstnancům příležitost k osobnímu a profesnímu rozvoji
- zajišťovat bezpečnost a ochranu zdraví při práci

Pravidla obchodního chování

Zaměstnanci společnosti Coca-Cola Hellenic se řídí tzv. Pravidly obchodního chování, která platí všechny zaměstnance firmy Coca-Cola Hellenic a všech jejích dceřiných společností. Tato pravidla pomáhají zaměstnancům jednat tak, aby to bylo v souladu se všemi zákony a vnitřními předpisy společnosti Coca-Cola Hellenic. Každý zaměstnanec při nástupu do společnosti obdrží jeden výtisk Pravidel obchodního chování, do něhož může vždy nahlédnout, když si v nějaké situaci není jistý: co je a co není střet zájmů, jakou pozornost lze přijmout a co je již úplatkem, jak používat a chránit majetek společnosti atd.



Rozvoj a osobní růst zaměstnanců

Věříme, že rozvoj a vzdělávání je důležitý pro každého zaměstnance, protože pomáhá zvyšovat motivaci a tím zlepšovat výkon.

Naším cílem je při rozvoji dodržovat **pravidlo 70-20-10**. Každý zaměstnanec by měl mít prostor rozvíjet své schopnosti a vědomosti hlavně při každodenní práci (**70 % rozvoje**) a to díky sbírání zkušeností ze zajímavých a náročných úkolů nebo účasti na projektech.

Intenzivně budujeme koučinkovou kulturu, a proto zaměstnanci mají možnost využít pro svůj rozvoj interního nebo externího kouče (**20 % rozvoje**). Cílem koučinku je pomoci v dosahování pracovních cílů. Většinou jsou tato sezení za-

měřená na budování sebevědomí, posílení motivace nebo zlepšování dovedností (např. řízení času, komunikace, budování mezilidských vztahů a rozvoj týmů). Zaměstnanci se mohou rozvíjet i pomocí tréninků (**10 % rozvoje**). Poskytujeme tréninky zaměřené na „měkké“ (např. prezentační či komunikační) nebo „tvrdé“ (např. zvyšování znalostí práce na PC nebo technické školení) dovednosti.

Každý nově nastupující zaměstnanec prochází vstupním školením, prostřednictvím kterého se dozví všechny důležité informace o fungování společnosti a jednotlivých oddělení. Na většinu volných pozic se vypisují interní výběrová řízení a každý zaměstnanec má možnost se do nich přihlásit.



Odměňování

Odměňování zaměstnanců společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je založeno na principu celkové odměny, v němž je pravidelná fixní mzda jen základní složkou, na niž dále navazuje variabilní složka odměny, jejíž výši mohou zaměstnanci ovlivňovat svým pracovním výkonem, a nefinanční benefity. Za jeden z hlavních benefitů považujeme příležitost ke vzdělávání a rozvoji. Kromě standardních benefitů,

jako je kupříkladu příspěvek na stravování, týden dovolené navíc, fasování nápojů a podobně, mají naši zaměstnanci možnost zapojit se do programu nákupu zaměstnaneckých akcií a přímo se tak podílet na výsledcích celé společnosti. Pro zaměstnance, kteří pracují pro naši společnost 5, 10 nebo 15 let, připravujeme oslavu, jejíž součástí je slavnostní večer spojený s poděkováním a předáváním dárků.

Firemní komunikace

Komunikace ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je otevřená a bezbariérová. Hlavními komunikačními nástroji jsou:

- Zaměstnanecký časopis Kompas/Coctail, který vychází čtyřikrát ročně a v němž se lze dočíst o novinkách ve firmě, o zajímavých projektech či lidech, o úspěších obchodních zástupců na trhu atd. Magazín vzniká především díky desítkám přispěvatelů z řad zaměstnanců, kteří sami píšou články o důležitých a aktuálních událostech v jejich odděleních.

- Intranet, který funguje jako informační rozcestník. Zaměstnanci zde najdou odkazy do tréninkové aplikace či na obchodní reporty, dále telefonní seznam, veškerá oznámení o personálních změnách a interních konkurzech na volné pracovní pozice, multimediální knihovnu a mnoho dalších užitečných a zajímavých aplikací a informací.
- Nástěnky, na kterých si i zaměstnanci bez přístupu k počítačům mohou přečíst interní oznámení či konkurzy nebo pozvánky na různé firemní akce.

Rada zaměstnanců

Rada zaměstnanců ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika reprezentuje zaměstnance a zajišťuje komunikaci mezi nimi a vedením společnosti. Členové rady jsou voleni zaměstnanci jednou za tři roky. Zasedání rady jsou veřejná a kdokoliv se jich může zúčastnit. Rada funguje v České republice více než 14 let a do roku 2005 je součástí Evropské rady zaměstnanců společnosti Coca-Cola Hellenic,

ve které má své zástupce.

Rada zaměstnanců každý rok pořádá pro zaměstnance a jejich rodiny různé akce – dětský den, víkendové letní tábory, hokejové a fotbalové turnaje aj. Každý z našich zaměstnanců má možnost čerpat prostředky ze sociálního fondu na různé sportovní a kulturní aktivity.

Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

Péče o bezpečnost a ochranu zdraví při práci a stálé zlepšování pracovního a životního prostředí je důležitou a neoddělitelnou součástí plnění výrobních a pracovních úkolů. Je součástí dobře fungující společnosti a my jí věnujeme náležitou pozornost. Společnost Coca-Cola HBC Česká republika považuje tyto úkoly za prioritní, a proto vyhlásila v roce 2005 tzv. Politiku BOZP, v jejímž rámci stanovila pro následující roky hlavní body politiky BOZP a zavázala se k jejich dodržování.



V průběhu celého roku 2009...

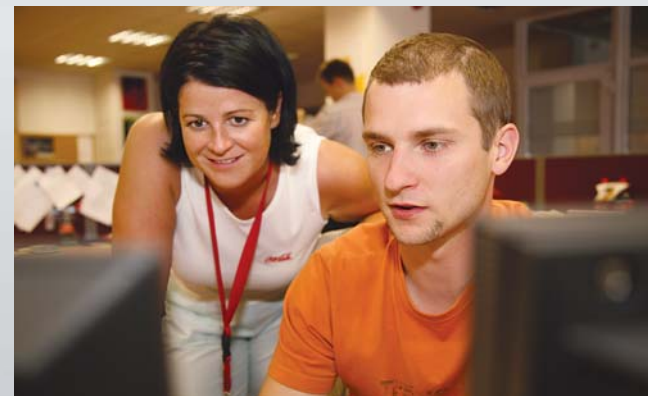
- ... jsme rozšířili elektronický systém hlášení požárů v administrativní budově v areálu výrobního závodu Praha-Kyje
- ... jsme rozšířili „žlutý program“, čili reflexní značení ochranných oděvů na řidiče rozvozu
- ... jsme obhájili certifikaci systému OHSAS 18001
- ... jsme zakoupili a nainstalovali nový ochranný systém uzamykání strojních zařízení při opravách pro zvýšení bezpečnosti práce
- ... jsme nainstalovali nový bezpečnostní systém vysypávání rezinu (materiálu na výrobu preforem plastových láhví)

V rámci programu ochrany zdraví...

- ... jsme zaměstnancům nabídli bezplatné očkování proti chřipce
- ... pracovníkům ve směnných provozech poskytujeme zdarma vitamínové potravinové doplňky
- ... nabízíme fyzioterapeutické služby v ordinaci umístěné přímo ve výrobním závodě. Pro zaměstnance jsou tyto služby zdarma, v závislosti na fyzické náročnosti jejich práce je mohou využívat až dvakrát týdně

Propagace BOZP

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika pravidelně organizuje znalostní soutěže pro zaměstnance či ankety, ve kterých zjišťuje spokojenost např. s pracovním prostředím. Duben byl vyhlášen měsícem BOZP, v jehož rámci se pořádají Dny otevřených dveří BOZP, kdy mají zaměstnanci možnost např. nechat si změřit obsah cholesterolu či ostrost zraku nebo absolvovat konzultaci s kožním lékařem atd. Na intranetu je funkční stránka oddělení BOZP, kde lze kromě různých legislativních informací nalézt např. bezpečné pracovní postupy pro zaměstnance na různých pozicích a v různých odděleních.





ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ



Naším závazkem je řídit naše podnikání takovým způsobem, který chrání životní prostředí, a integrovat principy udržitelného rozvoje do rozhodování a procesů.

Náš systém ochrany životního prostředí vyžaduje zapojení zaměstnanců na všech úrovních. Dodržujeme nejen veškeré zákonem ukládané předpisy, procesy či limity, ale mnohé z činností, na které klademe důraz, jsou podloženy mnohem přísnějšími předpisy, které jsme se zavázali dodržovat

Politika životního prostředí

Politika životního prostředí je základní dokument, kterým se společnost zavazuje k odpovědnému přístupu k životnímu prostředí:

Coca-Cola HBC Česká republika se zavázala, že při provádění svých podnikatelských činností bude odpovědně přistupovat k životnímu prostředí. To znamená, že jsme odhodláni zavést spolehlivá opatření a účinné systémy řízení, jejichž prostřednictvím budeme sledovat a poskytovat informace o našem podnikání a jeho dopadech na životní prostředí. Budeme jednat odpovědně tak, abychom splňovali vysoké

v rámci tzv. Coca-Cola systému kvality. Společnost Coca-Cola HBC je certifikována dle norem ISO 9001 a ISO 14001, má zavedený a implementovaný systém HACCP dle vyhlášky č.147/1998 Sb. o způsobu stanovení kritických bodů v technologii výroby. Norma ISO 14001, vztahující se k environmentálnímu managementu, stanovuje operační postupy a procesy, které každá certifikovaná společnost musí dodržovat. Na všechny tyto normy jsme pravidelně auditováni nezávislými auditorskými společnostmi.

environmentální standardy a minimalizovali veškeré negativní dopady na místní prostředí a současně plnili očekávání zákazníků i spotřebitelů, která se týkají jakosti a bezpečnosti našich výrobků a pracovního prostředí.

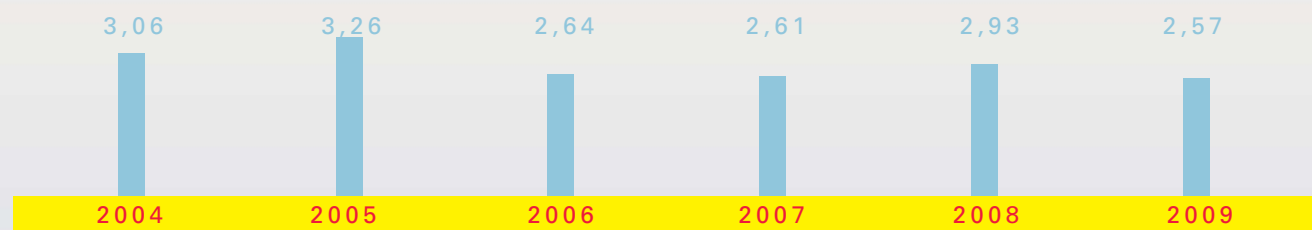
Jsme přesvědčeni, že důležitou roli při dosahování environmentálních cílů hrají naši zaměstnanci i všechny osoby spojené se společností. Proto se snažíme našim zaměstnancům poskytnout nutná školení a podporu tak, aby v plné míře přijali tento závazek a podíleli se na trvalém zlepšování environmentálních standardů.

Voda

Voda je základní složkou našich produktů a záleží nám na jejím efektivním využívání. Daří se nám neustále snižovat množství vody použité na výrobu jednoho litru nápoje a naším cílem v dlouhodobé perspektivě je toto množství ještě dále snižovat. Instalace nové aseptické výrobní linky si v roce 2008 vyžádala i spuštění nové úpravně vody, během jejíhož zkušebního provozu bylo spotřebováno značné množství vody na proplachování filtrů a podobně, což mělo

za následek v konečném součtu růst spotřeby vody na výrobu jednoho litru nápoje. Ve čtvrtém čtvrtletí roku 2008 jsme však zaznamenali díky této nové úpravě vody pokles vodárenských kalů o 35 % a menší množství kalů a tím pádem i zlepšení odpadních vod se výrazně projevilo již v roce 2009. Stejně tak opět poklesla spotřeba vody na jeden litr vyrobeného nápoje, a to dokonce pod úroveň roku 2007.

Počet litrů vody použitých na výrobu jednoho litru nápoje

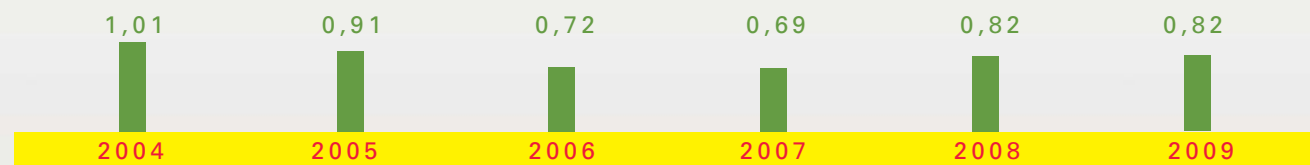


Energie

Stejně jako je naším cílem snižovat množství použité vody, záleží nám i na snižování objemu použité energie, čehož dosahujeme mimo jiné i používáním úspornější techniky a svítidel. Aseptická výrobní linka, instalovaná v roce 2008, se nicméně projevila i na zvýšení spotřeby elektrické ener-

gie ve výrobním závodě, neboť aseptická výrobní technologie je značně energeticky náročná. Spotřeba energie na výrobu jednoho litru nápoje zůstala v loňském roce stejná, jako v roce 2008.

Spotřeba energie v MJ na výrobu jednoho litru nápoje

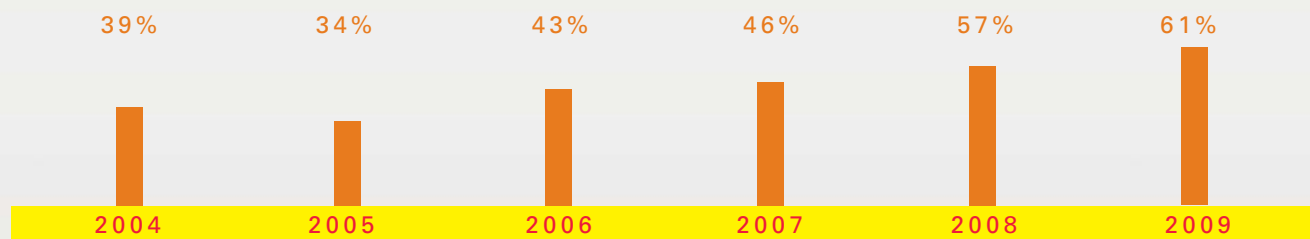


Nakládání s odpady

Snažíme se snižovat množství produkováných odpadů a také zvyšovat podíl recyklovaného odpadu. Důsledně třídíme odpad, a to nejen odpad pocházející z výroby či skladu,

ale i ten běžný kancelářský – v prostorách kanceláří jsou nainstalovány kontejnery na tříděný odpad a zaměstnanci jsou osvětou vedeni k tomu, aby odpad správně třídili.

Podíl recyklovaného odpadu



Neustále inovujeme naše produktové obaly. Jejich snížená hmotnost znamená kromě snížení objemu produkováných obalů také snížení spotřeby pohonných hmot při distribuci. V uplynulých letech jsme snížili hmotnost u pěti druhů obalů,

používaných pro 19 našich výrobků, až o 29 %.

Na výrobu plastových láhví používáme také recyklovaný materiál – množství recyklátu činí v závislosti na typu láhve až 20 %.

Snižování hmotnosti obalů

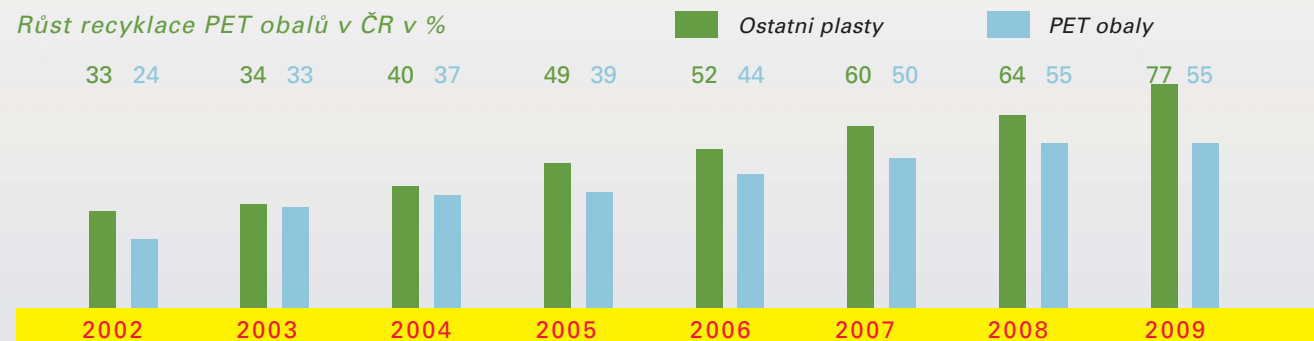
hmotnost obalu v gramech					
	2006	2007	2008	2009	snížení o
0,5l láhev Bonaqua	23	18			19%
1,5l láhev Bonaqua	43	36			16%
0,33l konturovaná láhev Coca-Cola	444	333,5			25%
0,33l láhev Fanta, Sprite		432	308		29%
0,5l láhev Nestea, Cappy Ice Fruit			23	18	10%

EKO-KOM

Naše společnost je výrobcem mnoha různých druhů obalů od skleněných láhví a aluminiových plechovek až po kombinované či plastové obaly. Všechny tyto obaly jsou bez výjimky recyklovatelné. Za důležitý prvek ochrany životního prostředí proto považujeme třídění a recyklaci těchto obalů. V České republice je naše společnost zapojena do integrovaného Systému sdruženého plnění EKO-KOM, na jehož

vzniku se také podílela. Obalový odpad je v tomto systému chápán jako nedílná součást komunálního odpadu a tvoří v něm přibližně jednu třetinu. Komunální třídění odpadu prostřednictvím sítě barevných kontejnerů je dnes dostupné 97 % české populace a z hlediska geografického pokrytí je jedním z nejlepších v Evropě.

Růst recyklace PET obalů v ČR v %



Live Positively

Poslední zářijový týden byl v celé Evropě ve znamení „Live Positively“. Kampaně, která nás má přimět k zamyšlení nad tím, jak nakládáme s naším světem.

„Live Positively“ je hlavní myšlenkou zastřešující aktivity Systému Coca-Cola v oblasti udržitelného rozvoje, prostřednictvím které dáváme najevo svůj závazek mít ekologii v centru veškerých našich aktivit. V rámci projektu „Live Positively“ dobrovolníci ze společností The Coca-Cola Company a Coca-Cola HBC Česká republika vyčistili okolí Kyjského rybníku, který se nachází v těsném sousedství našeho

výrobního závodu v Praze.

V roce 2009 jsme se soustředili na třídění odpadu a jeho recyklaci.

Zde jsou závazky systému Coca-Cola:

- Snížit váhu našich obalů o 25 % do roku 2012 (oproti roku 2004).
- Umožnit recyklaci alespoň 50 % našich PET lahví a plechovek do roku 2012.
- Do roku 2012 zvýšit podíl recyklovaného materiálu pro výrobu nových PET lahví na 25 %.



TRŽNÍ PROSTŘEDÍ



Naším posláním je nabízet osvěžení našim spotřebitelům, být partnery našim zákazníkům a pomáhat jim tak v jejich podnikání. Pro naplnění tohoto poslání dodržujeme tyto základní principy:

- zasloužit si důvěru našich spotřebitelů tím, že nabízíme vysoce kvalitní produkty a služby, které uspokojí jejich potřeby a hodí se k jejich životnímu stylu
- podporovat naše obchodní partnery na lokální i globální úrovni tím, že budujeme spolehlivé, soudržné, vzájemně přínosné vztahy
- dělat marketing s respektem k ekonomickým, sociálním a kulturním souvislostem

Nabídka nápojů...

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika nabízí svým zákazníkům a spotřebitelům široké portfolio produktů ve všech hlavních kategoriích nealkoholických nápojů v různých baleních vhodných pro veškeré příležitosti.

Kompletní přehled naleznete v závěru této zprávy.



... v různých baleních

Stejně, jako je široká nabídka nápojů, tak i druhy balení kopírují nejčastější spotřebitelské příležitosti. V nabídce našich produktů jsou skleněné vratné láhve o obsahu 0.2, 0.25 a 0.33 l, plechovky o obsahu 0.25, 0.33 a 0.5 l, PET láhve o objemech 0.25, 0.33, 0.5, 1, 1.5 a 2 l a kartónové obaly pro džusy.



Abychom nabízeli našim spotřebitelům nápoje, které odpovídají trendům v oblasti životního stylu, neustále rozšiřujeme naše portfolio a každý rok uvádíme na trh několik novinek. V průběhu roku 2009 to byly tyto:

- nová varianta značky Cappy obohacená přírodními antioxidanty – Cappy Fruit Plus antioxidanty ve dvou příchutích (ananas s černým rybízem a švestkou, pomeranč s malinou, mrkví a acerolou).
- nápoje Cappy Junior s 50 % ovocné šťávy bez konzervantů, bez přidaného cukru a s kapkou medu, a to v příchutích pomeranč s mandarinkou a jablko s černým rybízem.
- oblíbený sycený nápoj Fanta prodělal několik změn a je nyní k dispozici také v nové příchuti Citrus mix, ale kromě toho je jako jediný ve své kategorii na českém trhu zcela bez umělých aromatických látek a barviv a bez přidaných konzervantů.
- ledová kava illy issimo bez cukru a bez mléka.
- Kinley Ginger Ale, oblíbený například pro přípravu míchaných nápojů, je nyní na trhu k dispozici i ve dvoulitrové plastové láhvi.

Nutriční značení na etiketách

Naše společnost se v rámci spolupráce v evropské asociaci výrobců nealko UNESDA¹ zavázala poskytovat spotřebitelům v evropských zemích podrobnější informace o slož-

ní našich výrobků. Tento proces proběhl v ČR během roku 2007, kdy byly doplněny informace na etiketách všech našich nápojů.

VYHRAJ každých 24 hod. iPod touch 16GB na [myCokeZone].cz

21

Coca-Cola

léto s chutí

Infotabulka

250 ml obsahuje:

Kcal	Cukr	Tuky	Nasycené mastné kyseliny	Sodík
105	27g	0g	0g	0g
5%	29%	0%	0%	0%

kcal 105	Cukr 27g	Tuky 0g	Nasycené mastné kyseliny 0g	Sodík 0g
5%	29%	0%	0%	0%

Podle našeho názoru si naši spotřebitelé v Evropě přejí mít stručné, přehledné, ale přitom vědecky podložené informace o našich výrobcích, aby si mohli zodpovědně vybrat výrobky odpovídající jejich životnímu stylu a požadavkům na výživu. Výzkum přesvědčivě dokazuje, že lidé chtějí dostávat informace v podobě, která je jednoduchá a dobře viditelná.

Tím, že se budeme jako jedna z hlavních evropských společností na trhu s potravinami a nápoji chovat zásadově, podle nás pomůžeme spotřebitelům lépe pochopit informace, které jim poskytujeme. Pevně věříme, že se k nám

připojí i jiné společnosti a budou spotřebitelům poskytovat informace v jejich nejlepším zájmu.

Přiměřené denní množství, označované zkratkou GDA, jsou informací pro spotřebitele ohledně množství kalorií, tuků, nasycených tuků, cukru a sodíku, které jsou doplněny o procentuální údaj, kolik z doporučené denní dávky spotřebitel konzumací 250 ml výrobku přijme. Lze podle nich snadněji určit množství pro zdravou životosprávu za všeobecně přijatého předpokladu, že optimální průměrná dávka pro zdravého člověka je kolem 2000 kalorií denně.

(1) UNESDA: Union of European Beverages Associations (konfederace evropských asociací výrobců nealkoholických nápojů)

Odpovědný marketing - Závazky UNESDA

Naše společnost se i v České republice hlásí k odpovědnému marketingu skrze své členství v evropské nápojové asociaci UNESDA a dodržuje následující dobrovolné závazky:

- neumisťuje v médiích jakoukoliv reklamní komunikaci, zaměřenou na děti do 12 let
- vystřihá se přímého reklamního oslovení dětí, aby přesvědčovaly rodiče ke koupi firemních výrobků

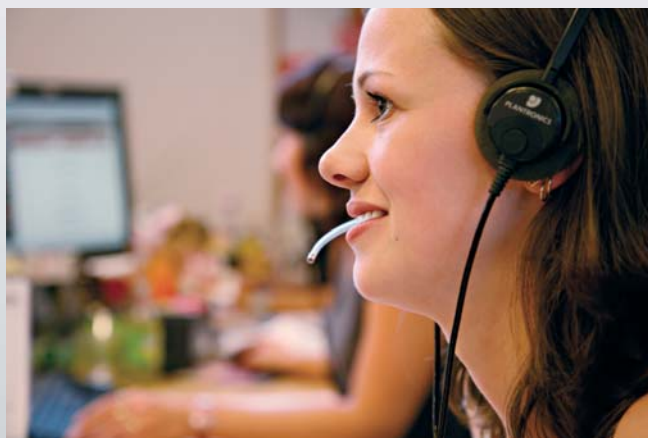
Naše společnost dále prosazuje dobrovolné závazky asociace UNESDA vůči Evropské platformě aktivit v oblasti stravy, fyzických aktivit a zdraví. Aby naplnila tyto závazky, rozhodla se od počátku roku 2007 dále neprodávat sycené nealkoholické nápoje v českých základních školách a nahradit je jiným portfoliem (balené vody, džusy, jiné nápoje v nízkokalorických verzích apod.) v uzavíratelných baleních, které umožňují kontrolu spotřeby.



Péče o zákazníky

Telefonické centrum služeb

Pracovníci telefonického centra služeb společnosti Coca-Cola HBC Česká republika přijímají od zákazníků objednávky, informují je o novinkách, přijímají a předávají servisnímu oddělení hlášení o poruchách našich zařízení, ptají se zákazníků na jejich spokojenost s poskytovaným servisem a tyto informace okamžitě vyhodnocují. Telefonické centrum služeb také zajišťuje Infolinku, jejíž číslo je na etiketách všech našich produktů a na které mohou volající dostat informace o produktech, o jejich složení, o spotřebitelských soutěžích či o čemkoliv dalším, co je zajímavá a co má souvislost se společností Coca-Cola HBC Česká republika. Infolinka je v provozu 24 hodin denně, a to nikoliv prostřednictvím záznamníku, ale našich pracovníků.



Nově jsme zavedli pro zlepšení našich služeb tzv. SPOC (Single Point of Contact). Cílem je zjednodušit komunikaci v případě řešení problémů – každý telefonní operátor je zodpovědný za zvednutý příchozí hovor od začátku do konce, čímž není myšleno jen položení telefonu, ale i vyřešení jeho požadavku pomocí speciálně připravené databáze.

Program odezvy spotřebitelům a zákazníkům

Systém reklamací ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je podrobně popsán v tzv. standardních operačních postupech a má své přesně dané zákonitosti, z nichž tou nejdůležitější je rychlost. Každá přijatá reklamáce je evidována v reklamačním protokolu a neshodné zboží (tj. takové, které neodpovídá vysokým kvalitativním nárokům společnosti Coca-Cola) je okamžitě vyměněno nebo nahrazeno. Na proces vyřizování reklamací jsou pracovníci obchodního oddělení pravidelně důkladně proškolení.

Distribuce zboží k zákazníkům

Velmi významnou službou, kterou Coca-Cola HBC Česká republika nabízí svým zákazníkům, je doprava zboží až na místo určení – ať již je to sklad velké prodejny nebo skládek

v podzemní restauraci. K dobrému fungování této služby přispívá i to, že většina zboží je na místo určení zavážena vlastními speciálně upravenými nákladními auty, která minimalizují manipulační čas u zákazníků.



Zákaznický časopis

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika vydává několikrát do roka časopis „Coca-Cola svět“, který je určen zákazníkům společnosti a který si klade za cíl zejména přinášet užitečné informace použitelné při jejich každodenní práci, něco všeobecných informací ze světa nápojů, obchodu, zajímavosti ze systému Coca-Cola, trochu zábavy, ale i možnost vyhrát hodnotné ceny v soutěžích.

Se stále vzrůstajícím počtem zákazníků vietnamské národnosti plánujeme v roce 2010 vydat tento zákaznický časopis i ve vietnamštině.



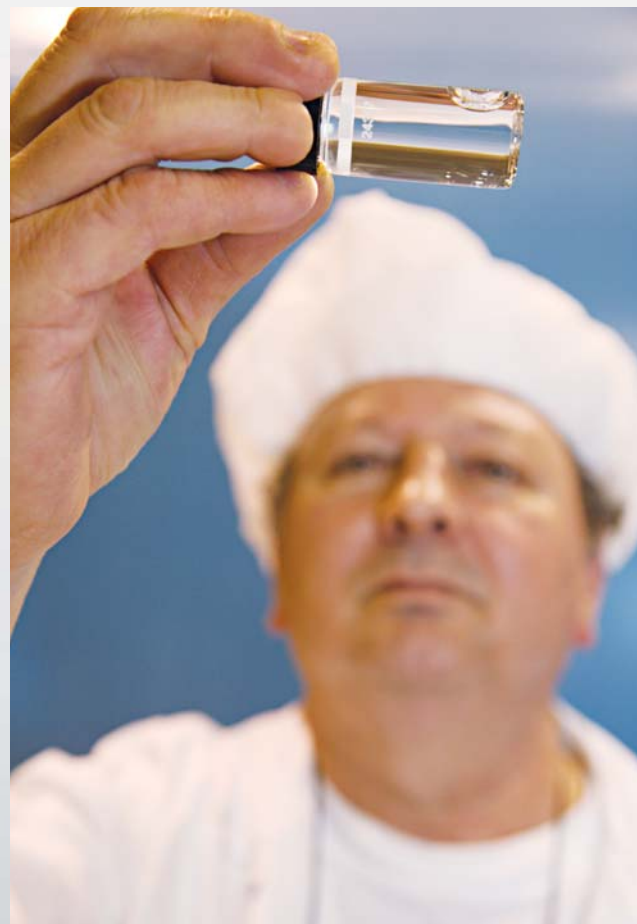
Zajišťování kvality

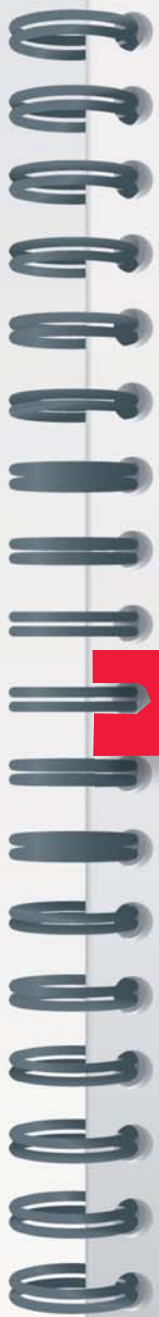
Prvořadým zájmem naší společnosti je v každé oblasti našeho podnikání usilovat o vynikající kvalitu produktů. Za jednu z cest k trvalému dosahování tohoto stavu považujeme neustálé plnění požadavků norem ČSN EN ISO 9001, ČSN EN ISO 14001, OHSAS 18001 a požadavků TCCQS (The Coca-Cola Quality System).

Kontrolu kvality našich výrobků zabezpečuje tým odborníků z oddělení kvality. Převážná většina z nich má odborné chemické vzdělání se zaměřením na potravinářský průmysl. Systém monitorování kvality je velmi precizně propracovaný a léty praxe prověřený. Veškerá naše produkce prochází několika stupni důkladné kontroly kvality – vstupní suroviny a materiály, voda, výrobní zařízení. V průběhu výroby se v pravidelných intervalech odebírají kontrolní vzorky, z každé výrobní šarže se uchovávají departážní vzorky pro možnost pozdější kontroly. Laboratoř funguje 24 hodin denně, 7 dní v týdnu.

Každoročně jsme auditováni nezávislou auditorskou společností SGS, která prověřuje náš systém kvality a jeho funkčnost v rámci celé společnosti.

Kontrolu kvality našich nápojů neprovádíme jen ve výrobě, ale také na trhu. Tým obchodních zástupců pravidelně kontroluje kvalitu našich produktů u našich zákazníků, tj. v restauracích, barech, kinech či obchodech tak, aby každý, kdo si náš nápoj koupí, měl jistotu prvotřídní kvality.





SPOLUPRÁCE S KOMUNITAMI



Našeho poslání, tedy obohacování života místních komunit, dosahujeme prostřednictvím dodržování základních principů:

- podporovat takové iniciativy a partnerství, které jsou důležité pro místní komunity

- naslouchat komunitám, ve kterých působíme, brát v úvahu jejich pohled a potřeby při našem podnikání

Dětské domovy

V prosinci roku 2000 společnost Coca-Cola HBC Česká republika rozběhla projekt podpory deseti dětských domovů v České republice. Myšlenka dlouhodobé podpory vybraných dětských domovů vzešla z nápadů zaměstnanců společnosti v interním průzkumu, ve kterém si přáli větší angažovanost firmy v charitativní oblasti. Dětské domovy jsme vybrali poblíž měst, ve kterých sídlí naše obchodní či administrativní centrum. Jsou to Boršov nad Vltavou, Brno, Frýdek-Místek, Jablonec nad Nisou, Mariánské Lázně, Olomouc, Plzeň, Praha 9, Ústí nad Labem a Vrchlabí. Dohromady je v těchto domovech v tuto chvíli přihlášeno více než 400 dětí. Naším cílem je přispět ke zlepšení každodenního života dětí v domovech. Chceme, aby si děti mohly díky naší podpoře dovolit to, co si běžně mohou dovolit jejich vrstevníci ve škole. Jinými slovy, nechceme přispívat na opravu střechy tělocvičny v domově, ale chceme přispět například na využití volného času dětí v domovech. Domovům tak pomáháme při organizaci jejich akcí, přispíváme na výlety dětí, podporujeme individuální zájmy dětí, vzdělávání a podobně – zaplatili jsme například barmanské či kadeřnické kurzy, kurzy autoškoly či afrického bubnování.

Kromě toho spolupracujeme s mnoha neziskovými organizacemi z celé České republiky. Jsou to např. občanské sdružení Zdravotní klaun, Nadační fond Plaváček Juraje a Deány Jakubiskových, kolínské sdružení pro pomoc tělesně postiženým Srdíčko, Haima Ostrava – občanské sdružení pro pomoc dětem s poruchami krvevotvorby, Kontakt bez bariér, Dětské krizové centrum, MŠ, ZŠ a SŠ pro sluchově postižené v Praze 5, Sdružení dobrovolných zdravotnických záchranářů Česká Kamenice a mnohé další.



Spolupráce s radnicemi Prahy 14 a Prahy 20

Coca-Cola HBC Česká republika velmi úzce spolupracuje s úřadem městské části Praha 14, tedy s radnicí v místě svého sídla, a od roku 2008 i s úřadem městské části Praha 20, kde má své distribuční centrum.

S radnicí Prahy 14 společně každý rok organizujeme oslavu Dětského dne – Praha 14 již tradičně zajišťuje místo, organizační zázemí a kulturní program, Coca-Cola HBC Česká republika zase soutěže pro děti a atrakce, jako např. skákací hrad nebo lezeckou láhev. Společně pak zajišťujeme dárky pro děti – musí jich být dostatečný počet, aby se dostalo na každé dítě a žádné neodcházelo zklamané. V roce 2009 se oslav Dětského dne i přes výrazně nepříznivé počasí zúčastnilo více než 300 dětí! Naše partnerství s místní samosprávou je dále rozvíjeno spoluprací na kulturních a sportovních akcích, jejichž pořadatelem je právě radnice. Každý měsíc spolupracujeme na jedné akci – v květnu je to např. divadelní festival Májovávání či v září akce Babí léto.

Spolupráce s radnicí Prahy 20 – Horních Počernic začala v roce 2008 poté, co jsme v katastru této městské části vybudovali nové distribuční centrum. Také tady podporujeme různé kulturní a sportovní akce, například zámecké historické slavnosti či žákovský turnaj ve fotbale.



Podpora obcí postižených povodněmi

V posledních letech často postihují české kraje záplavy, v jednotlivých letech více či méně katastrofické. Ty, které přišly koncem června 2009 na sever Moravy, byly obzvláště tragické, záchranáři evidovali 13 obětí. Mnoho domů voda nenávratně poničila, nespočet lidí se ocitl bez střechy nad hlavou, bez domova.

Protože chápeme, jak palčivý musí být nedostatek čisté vody v zaplavených oblastech, hned dva dny po vypuknutí záplav, v pátek 26. června ráno, jsme sami kontaktovali radnici v nejvíce postiženém severomoravském městě, v Novém Jičíně, s nabídkou pomoci – a během onoho pátku a v sobotu jsme tamním krizovým centrem poskytli ve spolupráci se společností The Coca-Cola Company více než 15 000 litrů balené vody Bonaqua.



Vánoční kamion

Každý prosinec od roku 2000 se můžete v českých a moravských městech setkat s Coca-Cola Vánočním kamionem. Cílem této akce je přivést do měst pravou předvánoční atmosféru a potěšit nejen děti spoustou dárků. Tuto akci vždy připravujeme ve spolupráci se samosprávami měst, která Vánoční kamion navštíví. Pokud nějaké město chce obohatit předvánoční program pro své občany o návštěvu Vánočního kamionu, stačí mu již jen zajistit vhodné místo, o ostatní se postaráme my.

V roce 2009 měli návštěvníci akce možnost zahřát se horkým nápojem Cappy Hot nebo si zakoupit reklamní předměty s logem Coca-Cola. Veškeré výtěžky z tohoto prodeje jsme darovali vždy konkrétnímu městu, ve kterém se akce konala – dohromady jsme na dobročinné účely darovali městům více než 250 000 Kč.

Zoologické zahrady

Společnost Coca-Cola je partnerem dvanácti zoologických zahrad v celé České republice, mimo jiné v Praze, v Liberci či ve Dvoře Králové. Podporujeme provoz zoologických zahrad a pomáháme jim také s organizací jejich akcí pro návštěvníky (například oslav Dětského dne), na které poskytujeme nápoje z našeho portfolia a další věcné dárky, jako byla například odměna pro milióntého návštěvníka pražské zoologické zahrady.



Podpora kultury



Naším cílem je podporovat mnoho kulturních akcí a tento cíl se nám daří plnit. Protože Coca-Cola se nejčastěji spojuje s hudbou, podporujeme velké množství hudebních i multizánrových festivalů, například Colours of Ostrava, Sázava Fest, Vyšehraní a další.

Od roku 2007 jsme jedním z partnerů mezinárodní soutěže pro mladé nadané hudebníky Concertino Praga, kterou pořádá již více než 40 let Český rozhlas.

Sport a aktivní životní styl

Naším cílem je podporovat aktivní životní styl – mnoho odborníků potvrzuje, že aktivita a pohyb je klíč k řešení otázek spojených s nárůstem obezity.

Coca-Cola systém je již tradičním partnerem mnoha světových sportovních událostí – za všechny jmenujme Olympijské hry (od roku 1928) či dlouholetou spolupráci s FIFA (od roku 1978).

Podpora sportovních klubů a akcí

Kromě výše zmíněných světových sportovních událostí společnost Coca-Cola podporuje velké množství lokálních akcí a sportovních klubů.

Jsme hlavním partnerem Tréninkového centra mládeže na pražském Strahově, v roce 2007 jsme jeho provoz podpořili penězi a výrobky pro pitný režim mladých fotbalistů v souhrnné hodnotě přesahující 2 000 000 Kč.

Ve spolupráci s fotbalovým klubem AC Sparta Praha jsme vybudovali Coca-Cola Teen Point, což je sektor v hledišti určený primárně pro mladé diváky fungující od podzimu 2007. Návštěvníci fotbalových utkání zde kromě příjemného prostoru pro sledování fotbalu naleznou různou zábavu, ale konají se zde například setkání a autogramiády s fotbalisty z různých klubů.

Na teplickém fotbalovém stadionu vznikl díky našemu přispění rodinný sektor, v němž celé rodiny mohou v klidu

a pohodě sledovat fotbalové utkání a ještě se případně zabavit u dalších atrakcí.

Během celého roku 2009 jsme podpořili desítky nejrůznějších sportovních akcí, zaměřených na mnoho sportů a cílových skupin; pro ilustraci jmenujme alespoň cyklistiku, dlouhý i krátký triatlon, běh, sportovní rock'n'roll a další.



NAŠE PORTFOLIO

Coca-Cola®

SYCENÉ NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



Coca-Cola



Coca-Cola light



Coca-Cola zero



Coca-Cola Cherry

SYCENÉ NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



Sprite



Kinley Tonic



Fanta

SYCENÉ NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE, LEDOVÉ KÁVY



Lift

Lifter

illy

LEDOVÉ ČAJE



Nestea

DŽUSY A OVOCNÉ NÁPOJE



Cappy



Cappy Ice Fruit



Cappy Junior



Cappy

BALENÉ VODY



Bonaqua

BALENÉ VODY, ENERGETICKÉ A SPORTOVNÍ NÁPOJE



Romerquelle



Burn



Monster



Powerade

Coca-Cola HBC Česká republika

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9-Kyje
tel.: +420 283 015 111, fax: +420 281 862 018
IČO: 41189698, DIČ: CZ41189698
www.coca-cola.cz, vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com
Zodpovědná redaktorka: Simona Caidlerová.
Realizace: MOLOKO ateliér s.r.o., www.molokoatelier.cz