



já



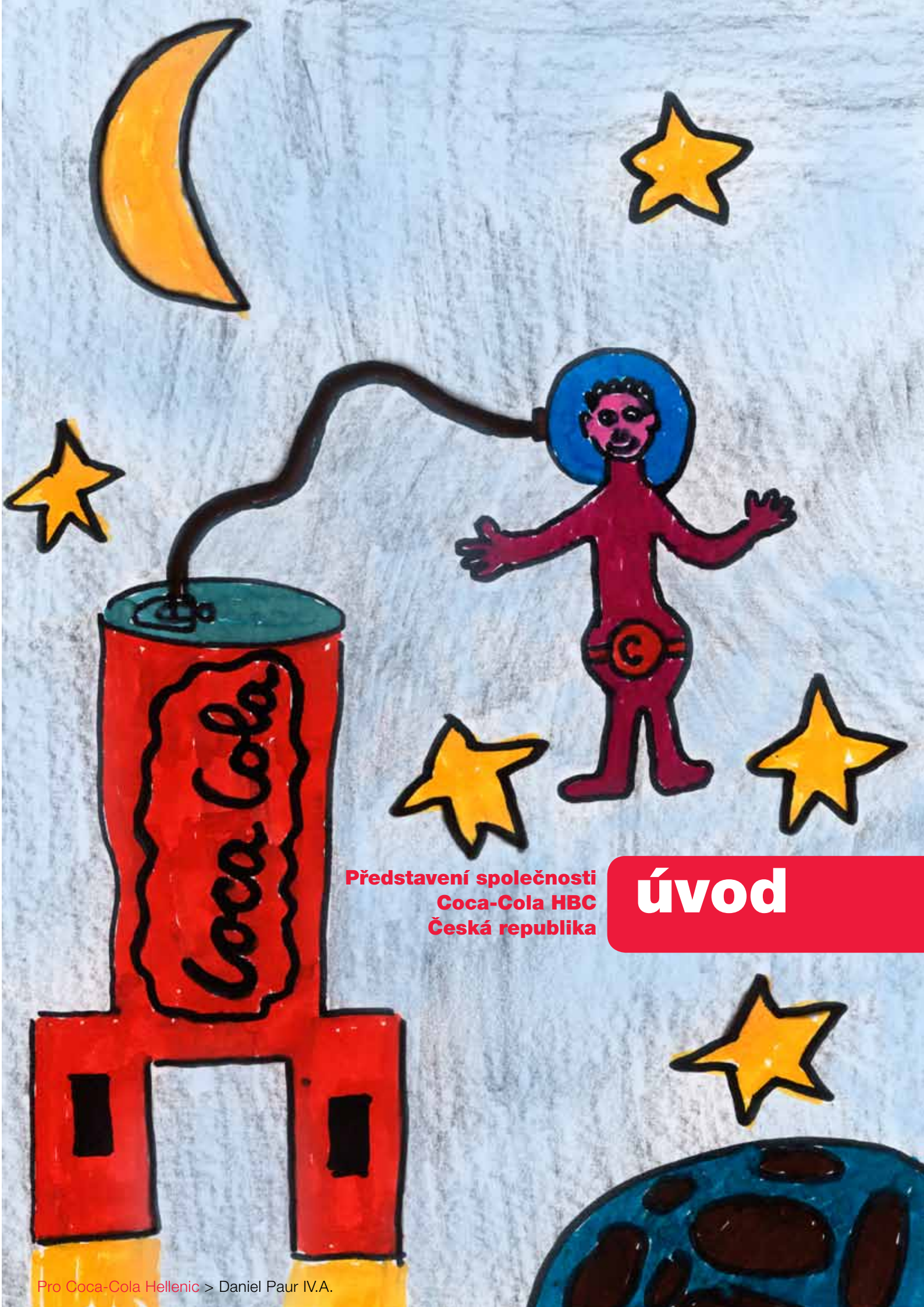
my



svět

Zpráva o sociální odpovědnosti společnosti 2013

Coca-Cola HBC Česká republika



Představení společnosti
Coca-Cola HBC
Česká republika

úvod

editorial



Vážení spotřebitelé, obchodní partneři
a dodavatelé, přátelé, vážení čtenáři,

Letošní, v celkovém pořadí již osmá zpráva o sociální odpovědnosti nabízí informace o naší společnosti v roce 2013 a celkově tak shrnuje oblasti činností, které možná nejsou příliš viditelné, ale které jsou nedílnou součástí všech našich kroků směřujících k trvalé udržitelnosti našeho podnikání. Jsem rád, že tento souhrn můžeme nabídnout i v době, která je stále charakterizována recesí a sníženou poptávkou, a tím vlastně dokazuje, že naše aktivity v oblasti udržitelnosti jsou plně integrované se vším, co děláme, ať už v dobách lepších, či horších.

Ponoříte-li se do následujících stránek, můžete v nich najít informace o tom, jak přistupujeme k podnikání a jak se při tom snažíme řídit zásadami ochrany životního prostředí, jak dodržujeme četné etické standardy, jaké nabízíme pracovní prostředí a podmínky našim zaměstnancům, jaké jim nabízíme firemní benefity a jak jsme na tom s angažovaností našich lidí, jak se snažíme minimalizovat dopady na okolní svět a chovat se ekologicky či jak podporujeme místa, ve kterých podnikáme, tedy informace o našich aktivitách, jež jdou často nad rámec místních legislativních požadavků a které implementujeme jako společensky odpovědná firma.

Naše zprávy o sociální odpovědnosti již osm let umožňují retrospektivní ohlédnutí a střednědobě dokumentují náš přístup k podnikání na českém trhu. Jsou pro mne osobně dokladem toho, že se dlouhodobě snažíme na českém trhu nejen uspět, ale i být zodpovědní, ohleduplní, a kde je to v rámci všech našich aktivit možné, i prospěšní svému okolí. Pevně věřím, že tyto informace budou takovým dokladem i pro vás.

Tomáš Kadlec,
generální ředitel

Skupina Coca-Cola Hellenic

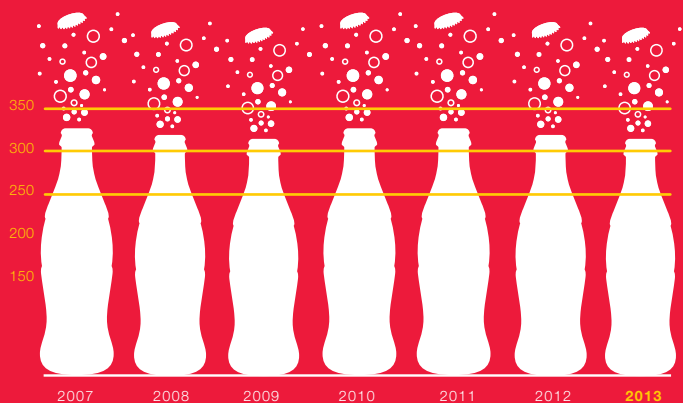
28 zemí Evropy, Asie a Afriky

Coca-Cola HBC Česká republika, s. r. o., je členem skupiny Coca-Cola HBC AG, 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 579 milionům spotřebitelů. Celá skupina má více než 40 000 zaměstnanců, 70 výrobních center a přes 350 distribučních center a skladů. Na výrobě svých výrobků spolupracuje s 84 000 dodavateli ingrediencí, surovin, zařízení a služeb. Centrála společnosti Coca-Cola HBC AG je v Švýcarsku. Akcie firmy jsou obchodovány v prémiovém segmentu na Londýnské burze cenných papírů a v rámci sekundárního listingu na burzách v Aténách a New Yorku. Veškerá činnost firmy Coca-Cola HBC AG směřuje k dosažení vůdčího postavení v oblasti udržitelného rozvoje.

Coca-Cola HBC Česká republika, s. r. o., je dceřinou společností Coca-Cola HBC a vyrábí, prodává a distribuuje značkové nealkoholické nápoje společnosti The Coca-Cola Company. Spolupracujeme s téměř 40 000 zákazníky, provozujeme deset distribučních či administrativních poboček, jejichž prostřednictvím dodáváme naše výrobky obchodním partnerům a díky nim i konečným spotřebitelům. Zaměstnáváme zhruba 950 zaměstnanců a na každé pracovní místo navazuje několik dalších v rámci našich dodavatelsko-odběratelských vztahů.

Coca-Cola HBC Česká republika, s. r. o.
Českokobrodská 1329, 198 21 Praha 9 – Kyje
Tel.: +420 283 015 111, Fax: +420 281 862 018
IČO: 41189698, DIČ: CZ41189698
www.coca-colahellenic.cz,
vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com

Prodej nápojů společnosti Coca-Cola HBC ČR v milionech litrů na českém trhu



V České republice máme:

Počet zákazníků **40 000**

Počet prodejních automatů **5500**

Počet chladicích zařízení **52 100**

Počet postmixů **2800**

Naše poslání, firemní strategie a hodnoty

Naším posláním je přinášet osvěžení našim spotřebitelům, být partnerem našim zákazníkům, přinášet zisk našim akcionářům a obohacovat život místních komunit.

Základním stavebním kamenem naší strategie, dnes či kdykoli v budoucnu, jsou a budou naše hodnoty. Naše autenticita, starost o naše lidi, náš týmový duch, snaha o nejlepší výkon, naše schopnost se učit a naše orientace na zákazníka jsou přesně ty hodnoty, které nás činí neporazitelnými.

Tyto hodnoty ctíme a řídíme se jimi. Pokud dále spojíme naše hodnoty s dalšími kameny skládačky, tedy s našimi schopnostmi řídit naše náklady, být důvěryhodnými partnery našim zákazníkům, získávat důvěru okolních komunit a vydobýt si i důvěru spotřebitelů, a pokud ještě přimícháme ingredience péče o talenty a schopnost hladké spolupráce se společností Coca-Cola Company, pak před sebou máme strategii, která je účinná, prakticky nepřekonatelná, a hlavně dlouhodobě udržitelná.

Naše hodnoty:



Autenticita – Ctíme naše hodnoty. Děláme to, co je správné – nikoliv jen snadné.

Dokonalost – Chceme udivovat rychlostí a zaujetím pro práci.

Stále se učíme – Nasloucháme druhým a jsme přirozeně zvědaví.

Zajímáme se o naše lidi – Důvěřujeme našim lidem, rozvíjíme je a dáváme jim odpovědnost.

Jsme jeden tým – Věříme v sílu týmové práce.

Vítězíme s našimi zákazníky – Naši zákazníci jsou v srdci všeho, co děláme.

Společenská odpovědnost

Společenská odpovědnost společnosti Coca-Cola HBC ČR vychází z naší snahy o zajištění udržitelného rozvoje. Od samého počátku našeho působení se snažíme dodržovat zásady trvalé udržitelnosti, snižovat dopad našeho podnikání na životní prostředí a také poskytovat podporu místním komunitám. Snižování množství vody, energie a obalového materiálu při výrobě každého z našich nápojů vidíme jako jednu z cest zvyšování hodnoty našich podnikatelských aktivit.

Řízení společenské odpovědnosti firmy a udržitelného rozvoje

Naše podnikatelská strategie a základní hodnoty odrážejí velký význam, který přikládáme procesu vytváření hodnot sdílených zaměstnanci, spotřebiteli, zákazníky a místními komunitami. Abychom mohli výše uvedeného skutečně dosáhnout, musí být udržitelnost pevně zakořeněnou součástí našeho podnikání. V naší firmě však odpovědné chování a udržitelný rozvoj nekončí vyrobením lahve nápoje Coca-Cola, neboť jsou přítomny v celém hodnotovém řetězci – od výrobců surovin přes dodavatele a koncové zákazníky až po širokou veřejnost. Naším cílem je vytvářet hodnotu pro každého spotřebitele a být činitelem pozitivních změn jak v místních komunitách, tak na celém světě. A naše strategie udržitelného rozvoje se tedy nese v duchu naprosto stejného poselství: „**Já. My. Svět.**“

já

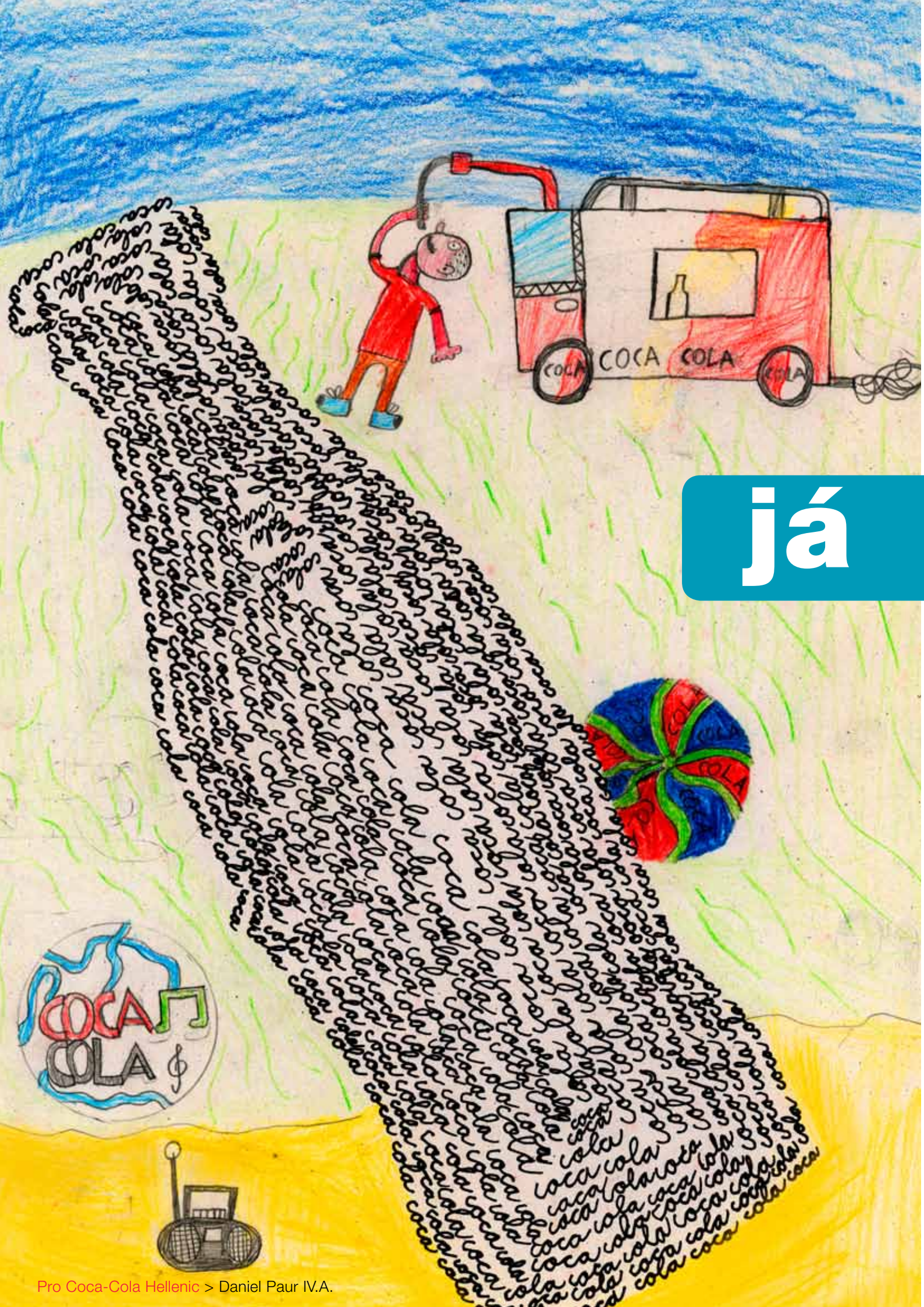
Zdraví a celková spokojenost spotřebitelů je naší klíčovou prioritou. Snažíme se, aby znali fakta o našich výrobcích a chápali jejich možnou roli ve zdravém životním stylu. Klademe důraz na zajištění možnosti informovaného spotřebitelského výběru a pochopení naší práce prostřednictvím různých aktivit, například partnerství s organizacemi působícími v oblasti sportu, odpovědných marketingových kampaní a projektů propagujících aktivní životní styl.

my

Naším cílem je být i nadále váženým ekonomickým i společenským partnerem a přispívat k rozvoji místních komunit prostřednictvím péče o budoucí generace. Je naší logickou povinností mládež podporovat a poskytovat jí různé možnosti rozvoje. Našimi partnery jsou organizace zabývající se rozvojem mladých lidí, jakož i obce a města, ve kterých realizujeme naši podnikatelskou činnost.

svět

Jelikož jsme si vědomi dopadu našeho podnikání na životní prostředí, je ekologický přístup základem veškerých našich aktivit. Máme stanoveny konkrétní měřitelné a současně náročné cíle týkající se ekologických dopadů, neustále se snažíme snižovat množství vody použité na 1 l nápoje i množství používané energie. S našimi partnery spolupracujeme na komunikaci těchto změn a společně realizujeme projekty v oblasti ochrany životního prostředí.



já



Jedním z našich klíčových závazků je poskytovat spotřebitelům transparentní informace o našich výrobcích a pomáhat jim pochopit roli těchto výrobků v jejich vyváženém a aktivním životním stylu. Cílem našich programů v této oblasti je řešit relevantní otázky spotřebitelů týkající se výživy a zdravého životního stylu.

Strategické oblasti s významným dopadem

Portfolio výrobků

Naše portfolio se vyznačuje různorodostí příchutí, ingrediencí i obalů. Ve snaze reagovat na potřeby spotřebitelů nabízíme velký výběr nápojů, včetně výrobků se sníženým a nulovým obsahem kalorií.

Informovaný výběr

Poskytujeme komplexní informace o našich výrobcích a na našich etiketách dobrovolně uvádíme doporučené denní množství – tzv. Guideline Daily Amounts (GDA). Osvěta a informace týkající se ingrediencí obsažených v našich výrobcích jsou klíčovými prioritami. Informace o našich výrobcích aktivně poskytujeme spotřebitelům prostřednictvím různých komunikačních kanálů, včetně telefonické informační linky pro spotřebitele či snadno dostupného e-mailového spojení.

Odpovědný marketing

Neoslovujeme děti mladší 12 let, neboť děti tohoto věku ještě nemají dost zkušeností ani potřebnou schopnost posoudit poskytované informace.

Aktivní životní styl a zdraví

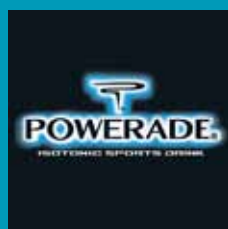
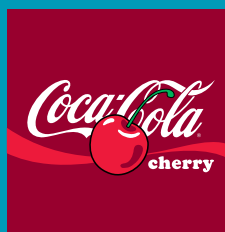
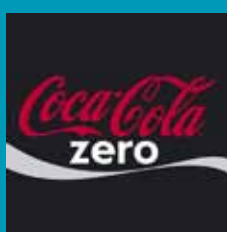
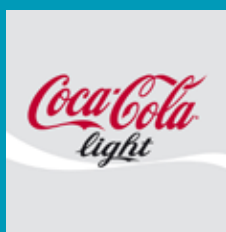
Aktivní životní styl spotřebitelů a místních komunit podporujeme formou vytváření různých příležitostí k jeho realizaci. Jsme přesvědčeni, že rovnováha mezi počtem kalorií přijatých v potravinách a nápojích a počtem kalorií, které spálíme v rámci fyzických a sportovních aktivit, je velmi důležitá pro celkovou fyzickou a duševní pohodu, tedy nejen z hlediska kontroly tělesné hmotnosti.

Portfolio výrobků

V naší nabídce lze nalézt sycené nealkoholické nápoje, balené vody a vody s příchutí, džusy, ovocné šťávy, sportovní a energetické nápoje, nápoje na bázi kávy i čaje (tzv. ledové kávy a ledové čaje). Usilujeme o to, abychom byli na dosah ruky pokaždé, když někdo dostane chuť na nealkoholický nápoj, a abychom vždy nabídli nápoj i jeho balení,

které se pro danou chuť, náladu a příležitost hodí nejlépe. V souvislosti s uvedením výrobků Coca-Cola Zero a Nestea se stévíí zaznamenáváme rostoucí zájem a poptávku po výrobcích se sníženým energetickým obsahem. Nabídku proto chceme dále rozšiřovat.

Široký výběr nápojů, včetně výrobků s nízkým a nulovým obsahem kalorií



Abychom nabízeli svým spotřebitelům nápoje, které odpovídají trendům v oblasti aktivního životního stylu, neustále rozšiřujeme své portfolio a každý rok inovujeme naši nabídku nápojů.

V průběhu roku 2013 jsme na trh uvedli tyto novinky:

- ◆ 200 ml džus Cappy mango maracuja ve skle
- ◆ Ledová káva illy v nových plastových lahvích 250 ml a novou příchutí macchiato
- ◆ Nápoje Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta a Sprite v novém balení 1,5l PET
- ◆ Fanta s příchutí broskve a meruňky
- ◆ 0,5 l Monster Assault v plechovce
- ◆ Cappy Ice Fruit multivitamin a jablko-hruška se stévií
- ◆ Nestea černý čaj broskev a citron se stévií
- ◆ Cappy Pulpy pomeranč v plastových lahvích 1l a 330 ml
- ◆ 250 ml Kinley Bitter Rose ve skle
- ◆ Coca-Cola Vanilla



Poděl se o radost

Kampaň značky Coca-Cola Poděl se o radost se stala hitem loňského léta a jednou z nejúspěšnějších kampaní, kterou Coca-Cola na český trh přinesla. Spotřebitelé mohli na výrobcích Coca-Cola najít více jak 100 jmen a přezdívek a podělit se o radost se svými přáteli a rodinou. Rozsáhlá a unikátní aktivace této kampaně proběhla také u našich zákazníků, což nám ve sledovaném období přineslo navýšení prodeje značky Coca-Cola o více než 7 % a vztah ke značce se zlepšil o 15 %.



Nejoblíbenější nápoje našich spotřebitelů:



* prodané litry

Informovaný výběr

Poskytujeme maximum informací o ingrediencích a nutričním obsahu našich nápojů.

Bezpečnost a kvalita

Výrobní závod i sklady společnosti Coca-Cola HBC Česká republika jsou certifikovány dle mezinárodně uznávaných systémů pro řízení kvality (ISO 9001), nezávadnost potravin (ISO 22000 a FSSC 22000), ochranu životního prostředí (ISO 14001) a zdraví & bezpečnost zaměstnanců (OHSAS 18001). Pravidelné audity těchto systémů jsou zárukou souladu s nejpřísnějšími normami a zároveň nás provázejí na cestě neustálého zlepšování.

Nutriční značení na etiketách

Naše společnost se v rámci spolupráce v evropské asociaci výrobců nealko UNESDA* zavázala poskytovat spotřebitelům v evropských zemích podrobnější informace o složení našich výrobků. Tento proces proběhl v ČR během roku 2007, kdy byly doplněny informace na etiketách všech našich nápojů.

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

V našem výrobním závodě v Praze-Kyjích máme moderní zařízení a dobře vybavené laboratoře, kde každý den provádíme testy s cílem určit kvalitu našich výrobků, ještě než se dostanou ke spotřebitelům. Striktně dodržujeme pravidla zajištění nezávadnosti potravin a používáme výhradně ingredience schválené relevantními vědeckými organizacemi. Naše stávající výrobky neobsahují žádné geneticky modifikované složky.

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, pomůžeme spotřebitelům lépe pochopit informace, které jim poskytujeme. Pevně věříme, že se k nám připojí i jiné společnosti a spotřebitelům budou poskytovat informace ve svém nejlepší zájmu. Doporučené denní množství, označované zkratkou GDA (Guideline Daily Amount), je informací pro spotřebitele ohledně množství kalorií, tuků, nasycených tuků, cukru a sodíku, která je doplněna o procentuální údaj, kolik z doporučené denní dávky spotřebitel konzumací 250 ml výrobku přijme. Lze podle ní snadněji určit množství pro odpovídající životosprávu za všeobecně přijatého předpokladu, že optimální průměrná dávka pro zdravého člověka je kolem 2000 kalorií denně.

LIMONÁDA S KOLOVOU PŘÍCHUTÍ. SLOŽENÍ: VODA, CUKR, OXID UHLÍČITÝ, BARVIVO: KARAMEL, E150d, KYSELINA, KYSELINA FOSFOROVANÁ, PŘÍRODNÍ AROMA VČETNĚ KOFEINU. UCHOVÁVEJTE V CHLADU A SUCHU. NEVYSTAVUJTE PŘÍMÉMU SLUNEČNÍMU SVĚTLU. MINIMÁLNÍ TRVANLIVOST DO: VÍZ HRDLO LAHVE. PRODAVÁJÍCÍ: COCA-COLA HBC ČESKÁ REPUBLIKA, S.R.O., P.O.BOX 2, ČESKOBRODSKÁ 1329, 198 21 PRAHA 9 - KYJE. SE SOUHLASEM THE COCA-COLA COMPANY.

NUTRIČNÍ HODNOTY NA 100 ml:

Energetická hodnota	180 kJ, 42 kcal	Tuky z toho nasycené	0,0 g
Bílkoviny	0,0 g	masné kyseliny	0,0 g
Sacharidy z toho cukry	10,6 g	Wahovina	0,0 g
		Sodík	0,0 g

NEVYTRATNÝ OBAL

infolinka
283 015 801
WWW.COCA-COLA.CZ

Každá 250 ml obsahuje: 500 ml = 2x 250 ml

Energetická hodnota	Cukr	Tuky	Nasycené masné kyseliny	Sodík
105 kcal	27 g	0 g	0 g	0 g
5%*	29%*	0%*	0%*	0%*

*GDA - %, doporučeného denního množství pro dospělé (založené na obsahu 2000 kcal v denní výživě)

Coke® 500 ml

© 2013 THE COCA-COLA COMPANY

Coca-Cola®

250 ml
Energetická hodnota
105 kcal
5% GDA*

S PŘÍRODNÍMI AROMATY.
BEZ PŘIDANÝCH KONZERVAČNÍCH LÁTEK.
OD ROKU 1886.



Poděle se o radost! Coca-Cola®, ty a

kámoš

Jdi na www.coca-cola.cz

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

Odpovědný marketing

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

- neprovádí marketing zaměřený na děti mladší 12 let;
- vystříhá se přímého reklamního oslovení dětí, aby přesvědčovaly rodiče ke koupi firemních výrobků.

*EU platform for action on diet, physical activity and health.

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 na základních školách a nahradit je jiným portfoliem (balené vody, džusy, jiné nápoje v nízkokalorických verzích apod.) v uzavíratelných baleních, která umožňují kontrolu spotřeby.

Nestea se STEVÍÍ

V roce 2012 byl na český trh uveden první výrobek s obsahem stévie – ledový čaj Nestea s o 30 % nižším obsahem cukru, ale se stejně skvělou chutí. Stévie je sladidlo získávané ze stejnojmenné rostliny pocházející z Jižní Ameriky. Díky svým chuťovým vlastnostem a sníženému obsahu energie je preferovaným sladidlem používaným v mnoha nápojích i potravinách. Na základě provedených výzkumů ji schválil i Americký úřad pro potraviny a léky (FDA) a rada expertů na potravinové doplňky působící pod Organizací OSN pro výživu a zemědělství. Od okamžiku udělení souhlasu Evropské komise v roce 2011 je používání stévie v nápojích povoleno také v Evropské unii.

Jednou z dalších cest vstříc spotřebiteli ve věci aktivního životního stylu je nabídka našich výrobků v menších objemech. Všechny sycené nealko nápoje nabízíme proto také v malých baleních, tj. 200- a 330ml skleněných lahvích a 250- a 330ml plechovkách. Menší obaly jsou alternativou pro ty, kteří si chtějí pochutnat na kvalitních nápojích a přitom si hlídat svůj kalorický příjem a výdej.



Ingredience obsažené v nealko nápojích

Stávající právní rámec představuje minimální povinnost, která je pro nás základem při plnění přísných norem kvality našich výrobků. Používáme pouze ingredience, které plní přísné kvalitativní požadavky a jsou vědecky uznávány a ověřeny jako bezpečné.

Mezi ingredience obsažené v našich nápojích patří i cukr, kofein, přírodní aroma a nízkokalorická či bezkalorická sladidla. V našich perlivých nápojích používáme kukuřičný sirup s vysokým obsahem fruktózy (směs 49 % glukózy a 51 % fruktózy) a tradiční cukr, který obsahuje 50 % glukózy a 50 % fruktózy. Bezkalorická sladidla jako např. aspartam pomáhají spotřebitelům hlídajícím si příjem kalorií snižovat objem kalorií a udržovat žádoucí tělesnou hmotnost. Aspartam je jednou z nejbědlivěji vědecky zkoumaných ingrediencí a jeho nezávadnost byla prokázána prostřednictvím více než 200 studií provedených za posledních 30 let. Nejnovější výzkum Evropského úřadu pro bezpečnost potravin (EFSA) realizovaný

v prosinci 2013 potvrdil, že aspartam je zcela nezávadná ingredience. Při výrobě nápoje Coca-Cola používáme také karamelové barvivo (E150D) a kyselinu fosforečnou (E338). Karamel, který dodává nápoji specifickou barvu, byl v roce 2011 schválen EFSA jako nezávadná ingredience.



Aktivní životní styl a zdraví

Zvýšení tělesné hmotnosti u lidí je obvykle způsobeno nerovnováhou mezi kaloriemi přijatými a těmi spálenými bez ohledu na jejich původ. Náš závazek jako odpovědné společnosti je informovat spotřebitele o množství kalorií obsažených v našich produktech. Kontrola váhy je záležitostí udržování rovnováhy mezi tím, co jíme a vypijeme, a tím, co náš organismus spálí.

Naším cílem je podporovat aktivní životní styl – mnoho odborníků potvrzuje, že aktivita a pohyb jsou klíčem 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).



Coca-Cola Školský pohár

Největší místní aktivitou, kterou Coca-Cola HBC Česká republika vyvíjí v oblasti sportu, je Coca-Cola Školský pohár, který byl odstartován v roce 2000 a od té doby vyrostl v jednu z největších sportovních akcí v ČR. Pod záštitou Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR a Fotbalové asociace České republiky probíhá každý rok **fotbalový turnaj** určený žákům druhého stupně základních škol a víceletých gymnázií, devátého ročníku se v roce 2013 zúčastnilo 628 škol, což je téměř 9420 mladých sportovců a sportovkyň.

Jedním z hlavních cílů projektu je přivést děti ke sportu a k aktivnímu trávení volného času a dopřát i amatérským tý-

mům všech základních škol možnost zahrát si opravdový zápas na kvalitním fotbalovém hřišti, všechny zápasy Coca-Cola Školského poháru se odehrávají na velkých travnatých fotbalových hřištích. Vítězné mužstvo je vždy odměněno atraktivní cenou – v roce 2013 navštívil vítězný tým chlapců z Hradce Králové i dívek z Dolního Bousova slavný fotbalový klub Juventus Turín. Ambasadorem celého projektu se stal nejlepší střelec české fotbalové reprezentace **Jan Koller**.



Sportovní den a MOVE WEEK

Na podzim roku 2013 odstartovaly dvě aktivity podporující zdravý životní styl našich zaměstnanců – Sportovní den a **MOVE WEEK**. Akce plné sportu, pohybu a rad z oblasti výživového poradenství odstartovaly interní kampaň podporující pohyb a zdravé stravovací návyky (zaměstnanců i jejich okolí).





my

Fanta
animas



Fanta *

Cílem naší práce je i přispívat ke zlepšování kvality života komunit, ve kterých působíme. Jsme proto připraveni jim pomoci, kdykoli potřebují naši podporu. Důvěra veřejnosti je jedním z hlavních imperativů naší podnikatelské strategie.

Strategické oblasti s významným dopadem

Podpora rozvoje mladých lidí

Spolupracujeme s různými organizacemi s cílem podporovat rozvoj mladých lidí a připravovat je na vhodnou pracovní seberealizaci.

Spolupráce s místními komunitami a neziskovými organizacemi

Podporujeme takové iniciativy a partnerství, které jsou důležité pro místní komunity; nasloucháme komunitám, ve kterých působíme, bereme v úvahu jejich pohled a potřeby při našem podnikání.

Pomoc při katastrofách

Dostupnost čisté pitné vody je jednou z nejnaléhavějších potřeb při katastrofách. Lidem postiženým různými druhy katastrof proto účinně pomáháme prostřednictvím zajišťování dodávek vody ve spolupráci s Českým červeným křížem.

Zákazníci

Chceme být partnery svým zákazníkům a pomáhat jim tak v jejich podnikání.

Naši zaměstnanci

Úspěch podnikání společnosti Coca-Cola HBC ČR závisí na zaměstnancích a na jejich motivovanosti a angažovanosti při plnění pracovních úkolů.

Podpora rozvoje mladých lidí

Dětské domovy

V prosinci roku 2000 společnost Coca-Cola HBC Česká republika odstartovala 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, v nichž sídlí naše obchodní či administrativní centra. Jsou to Boršov nad Vltavou, Brno, Brušperk (nyní Frýdek-Místek), Jablonec nad Nisou, Mariánské Lázně, Olomouc, Plzeň, Praha 9, Ústí nad Labem a Vrch-

labí. 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 jejich vrstevníci ve škole. Jinými slovy, nechceme přispívat na opravu střechy tělocvičny v domově, ale chceme pomoci při financování například **volnočasových aktivit dětí** v domovech. Domovům tak **přispíváme na výlety a poznávací zájezdy dětí, podporujeme jejich vzdělávání** a podobně – zaplatili jsme například barmanské či kadeřnické kurzy, kurzy autoškoly či afrického bubnování. V minulém roce jsme mezi všechny dětské domovy rozdělili milionové částky.



Prohlídka výrobního závodu Praha-Kyje



V průběhu školního roku připravujeme program exkurzí pro střední, vyšší odborné a vysoké školy. Cílem tohoto programu je seznámit případné zájemce nejen s historií samotného nápoje a výrobní společnosti, ale také s naší každodenní praxí. Každé školní třídě/skupině nabízíme podrobný program návštěvy, sestávající z prohlídky výrobního závodu, výkladu o historii firmy, ale také např. z informací o tom, jak řídíme distribuci, jak pečujeme o naše zákazníky apod. Pokud mají některé třídy zájem o podrobnější výklad např. v oblasti marketingu či prodeje, jsme schopni takovou exkurzi po dohodě „ušít přímo na míru“. Minulý rok se prohlídek zúčastnilo přes 2000 studentů a učitelů.

Spolupráce s VŠ

Naší odpovědností je vzdělávat nejen své zaměstnance, ale i komunity a zejména mladé lidi, budoucí talenty a profesionály na pracovním trhu. Proto spolupracujeme nejen s organizacemi, které sdružují vysokoškolské studenty na celém území České i Slovenské republiky, jako např. AIESEC, ale s vybranými univerzitami komunikujeme i přímo. AIESEC je organizace sdružující studenty ekonomických a obchodních univerzit po celém světě (působí ve 110 zemích, má přes 800 poboček a celosvětově je v ní zapojeno 80 000 studentů). Coca-Cola HBC spolupracuje se studenty formou vzdělávání prostřednictvím tréninků a workshopů, dále se podílí na sponzoringu jejich konferencí a nabízí i další specifické aktivity: konzultace k diplomovým pracím, vedení různých projektů či Coke Days s exkurzí do našeho provozu. Studenti, kteří jsou zdravě ambiciózní, proaktivní, nadšení uplatnit získané znalosti v praxi a mají zájem o naši společnost, jsou vždy vítáni jako brigádníci a jsme velmi rádi, když

po absolvování VŠ nastupují na plný úvazek na některou ze specializovaných pozic, popřípadě se rozhodnou pro náš trainee program.



Vysokoškolské studenty láká práce u nás

Česká studentská unie (ČeSU) zveřejnila závěry z průzkumu ČeSU TOP zaměstnavatelé 2013/2014, který se uskutečnil mezi 8811 studenty vysokých škol. Průzkum firmám ukazuje, kdo je pro vysokoškoláky jedničkou na trhu práce v jednotlivých odvětvích (od automobilového průmyslu přes informační technologie až k poradenství).

Naše společnost Coca-Cola HBC se umístila v kategorii spotřebitelský průmysl na 3. místě stejně jako minulý rok. První místo obsadil Plzeňský Prazdroj následovaný Kofolou. Výsledek je pro nás potěšením, ale i výzvou pokračovat v práci se studenty a trainees intenzivně dál a víc!

Česká studentská unie (www.cesu.cz) je největší studentskou sítí v České republice, jež zastřešuje tisíce studentů a desítky studentských organizací a unií z vysokých škol různých směrů.



Spolupráce s místními komunitami

Neziskové organizace a jiná zájmová sdružení

Kromě toho spolupracujeme s mnoha neziskovými organizacemi z celé České republiky. Jsou to např. Naděje, Nadace Terezy Maxové, kolínské sdružení pro pomoc tělesně postiženým Srdíčko, Sdružení Šance při fakultní nemocnici v Olomouci, Dětské krizové centrum, Klub nemocných cystickou fibrózou, MŠ, ZŠ a SŠ pro sluchově postižené, CEREBRUM – sdružení osob po poranění mozku a jejich rodin, Sdružení dobrovolných zdravotnických záchranářů Česká Kamenice, ADRA atd. Po odběru krve mohou našimi nápoji doplnit energii všichni dárci, kteří darují krev pod hlavičkou oblastního spolku Českého červeného kříže Praha 1. Uhasit žízeň jimi mohou ale i lidé, kteří si koupí jakýkoli nealkoholický nápoj v kavárně Potmě, vybudované nadací Světluška.



„Coca-Cola je dlouhodobým partnerem Nadačního fondu Českého rozhlasu – Světluška, který podporuje zejména Kavárnu POTMĚ, od loňského roku Kavárnu POTMĚ na cestě a nově také Benefiční koncert Světlo pro Světlušku tím, že nám zdarma dodává nápoje. Jsme velmi rádi, že nám Coca-Cola pomáhá realizovat naše projekty, díky nimž mohou nevidomí ukázat, co umí, a jejichž výtěžky jsou rozděleny lidem se zrakovým postižením.“



Alexandra Kratochvílová,
vedoucí produkce,
Nadační fond Českého
rozhlasu, projekt Světluška



Spolupráce s místními radnicemi

Coca-Cola HBC Česká republika 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 lahev. Společně pak zajišťujeme dárky pro děti – musí jich být dostatečný počet, aby se dostalo na každé dítě a žádné neodcházelo zklamané. V roce 2013 se oslav Dětského dne zúčastnilo více než 200 dětí! Naše partnerství s místní samosprávou je dále rozvíjeno spoluprací na kulturních a sportovních akcích, jejichž pořadatelem je právě radnice. Každý měsíc se podílíme na jedné akci – v květnu je to např. divadelní festival Májování, v dubnu Den země či v září akce Babí léto. Spo-

lupráce 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, Počernické kuře či žákovský turnaj ve fotbale.



Kancel tak trochu jinak

Již od roku 2011 mají zaměstnanci CCHBC ČR možnost zapojit se do dobrovolnického projektu „Kancel tak trochu jinak“. Místo v kancelářích a na trhu tak úřadují v pražské zoologické zahradě – pomáhají upravit venkovní prostory a zkrášlit zoo, od začátku projektu jsme zde odpracovali více než **1300 hodin**.



Vánoční kamion

Každý prosinec od roku 2000 je možné se 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 postará naše společnost. Veškeré výtěžky z prodeje na těchto akcích jsme darovali vždy konkrétnímu městu, ve kterém se akce konala – dohromady jsme na dobročinné účely tímto způsobem darovali městům v České republice a na Slovensku téměř **200 000 Kč**.



Pomoc při katastrofách



„Všichni jste pomohli ať už prací, finančním příspěvkem, či produkty, a to zcela zdarma či s velkými slevami, prostě nezištně. Těto pomocné ruky si velmi vážím a děkuji vám za ni. Dokázali jste, že solidarita není ctností jen jednotlivců, ale že může být vlastní i komerčním subjektům. Dokázali jste, že i firma má srdce,“ řekl primátor města Prahy Tomáš Hudeček.

Podpora obcí postižených povodněmi

V posledních letech často postihují české či moravské kraje záplavy, v jednotlivých letech více či méně katastrofické. Ty, které postihly v červnu 2013 skoro celé území Čech, byly obzvláště tragické. Mnoho domů voda nenávratně poničila, nespočet lidí se ocitl bez střechy nad hlavou. Protože



chápeme, jak palčivý musí být nedostatek čisté vody v zaplavených oblastech, ihned po vypuknutí záplav jsme sami

kontaktovali radnice v nejvíce postižených oblastech s nabídkou pomoci. Tamním krizovým centrům jsme poskytli nejen balenou vodu Bonaqua, ale i nápoje Coca-Cola a Burn, které doplnily energii především záchranářům odklizejícím způsobené škody. Na postižená místa v České republice, ale i na Slovensku jsme vlastními silami či ve spolupráci



s Českým červeným křížem dopravili nápoje v hodnotě více než 1 000 000 Kč. Naše pomoc byla oceňována především pro svou rychlost a flexibilitu dovozu na konkrétní místo.

„Coca-Cola je od povodní 2013 partnerem Českého červeného kříže České Budějovice. Dodávala naším prostřednictvím vodu pro postižené obce, kde byly zasaženy zdroje pitné vody. Jsme velice rádi, že nám Coca-Cola pomáhá zajistit pitný režim na akcích pro děti, jako např. Soutěž mladých zdravotníků, Příměstský tábor – Mladý záchranář, a podporuje i akce pro staré a postižené občany jako Štědrý den v předstihu nebo výlet parníkem na Hlubokou nad Vltavou. Za veškerou podporu velice děkujeme.“

Jitka Kosáčková, vedoucí odboru zdravotnictví a krizového řízení, Český červený kříž České Budějovice



Komunikace se zákazníky

Práce obchodního zástupce

Snaha nalézt optimální způsob zákaznického servisu se zrcadlí i v našem způsobu komunikace se zákazníkem. O každého zákazníka se stará konkrétní kvalifikovaný obchodní zástupce, který ho navštěvuje v pravidelných cyklech. Při svých pravidelných návštěvách plní obchodní zástupci společnosti Coca-Cola HBC Česká republika zejména roli odborného poradce, který je schopen poradit, jakou nejvhodnější strategii pro společné navýšení prodeje využít, jaký sortiment a v jakém balení je pro danou provozovnu z hlediska zákazníka i spotřebitele optimální, navrhne a dodá vhodné materiály na podporu prodeje, zajistí vhodné prodejní zařízení a seznámí zákazníka s tím, jak nejlépe uspořádat v zařízení naše zboží s ohledem na jeho prodejnost, vyřídí veškerou nutnou administrativu potřebnou k zajištění závozu, zkontroluje expirace produktů na provozovně, funkčnost a čistotu prodejního zařízení i dalších materiálů na podporu prodeje, vyřídí případné reklamace, seznámí zákazníka s novinkami, speciálními nabídkami i s promočními akcemi pro zákazníky či spotřebitele.

Středisko služeb zákazníkům

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, jejich složení, spotřebitelských soutěžích či o čemkoliv dalším, co je zajímavé 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. Zajišťujeme i zelenou linku, která je uvedena na všech prodejních automatech společnosti CCHBC.

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



Obsluhuje celou ČR i SK, tedy více než 70 000 zákazníků, přijme více než 350 000 hovorů a za rok realizuje více než 1 000 000 hovorů.

Zákaznický časopis

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



Naši zaměstnanci

Obchodní úspěch společnosti Coca-Cola HBC ČR závisí především na zaměstnancích. Péče o naše lidi je proto jednou z našich základních hodnot pro každý pracovní den. Učení je další hodnota společnosti a my motivujeme naše lidi rozvíjet svůj potenciál tak, aby mohli dosáhnout svých kariérních cílů. Coca-Cola HBC ČR si klade za cíl získat, rozvíjet a udržet talenty, kteří budou vést naše podnikání v nejbližší budoucnosti.



Řídíme se těmito zásadními principy a pravidly:

- ♦ vytváříme silný vztah se zaměstnanci díky otevřené komunikaci;
- ♦ jednáme se zaměstnanci čestně, s úctou a respektem;
- ♦ odmítáme jakoukoli formu diskriminace, ať už ve vztahu k pohlaví, původu, náboženskému či politickému přesvědčení, věku, nebo sexuální orientaci;
- ♦ řídíme se zákony platnými v České republice;
- ♦ podporujeme se vzájemně k co nejlepšímu výkonu;
- ♦ odměňujeme zaměstnance na základě jejich pracovního výkonu;
- ♦ nabízíme zaměstnancům příležitost k osobnímu a profesnímu rozvoji;
- ♦ zajišťujeme bezpečnost a ochranu zdraví při práci.



Odměňování

Odměňování zaměstnanců společnosti

Coca-Cola HBC Česká republika je založeno na principu celkové odměny, v němž je pravidelná fixní mzda základní složkou, na niž dále navazuje variabilní složka odměny, jejíž výši mohou zaměstnanci ovlivňovat svým pracovním výkonem. Další částí celkové odměny jsou nefinanční benefity. Za jeden z hlavních benefitů považujeme příležitost ke vzdělávání a rozvoji. Kromě standardních benefitů, jako je kupříkladu kafeterie, příspěvek na penzijní spoření, příspěvek na stravování, týden dovolené navíc, řasování nápojů, nákup předmětů s logem Coca-Cola, zvýhodněné telefonování v rámci programu BenefitCall, zvýhodněné bankovní služby a podobně, mají naši zaměstnanci možnost zapojit se do programu nákupu zaměstnaneckých akcií, a přímo se tak podílet na výsledcích celé společnosti. Dále je pro naše zaměstnance připravena spousta dalších slev, např. na rekreační a wellness pobyty. Pro zaměstnance, kteří pracují pro naši společnost 5, 10, 15 nebo 20 let, pravidelně připravujeme slavnostní večer spojený s poděkováním a předáním odměn.



Postup při zaměstnávání

V naší společnosti podporujeme princip rovných příležitostí. Výběr je prováděn bez ohledu na rasu, barvu pleti, náboženské vyznání, pohlaví, sexuální orientaci, státní příslušnost, národnost, tělesné postižení či invaliditu. Tam, kde to charakter práce umožňuje, nabízíme našim zaměstnancům práci na zkrácené pracovní úvazky, práci z domova či flexibilní pracovní dobu. Na většinu volných pozic se vypisují interní výběrová řízení a každý zaměstnanec má možnost se do nich přihlásit.

Věříme, že rozvoj a vzdělávání jsou důležité pro každého zaměstnance, protože pomáhají zvyšovat motivaci, a tím zlepšovat výkon. Naším cílem je uplatňovat v rámci rozvoje pravidlo 70–20–10.

Každý zaměstnanec má možnost rozvíjet své schopnosti a znalosti prostřednictvím zkušeností získávaných každodenní prací, a to díky plnění zajímavých a náročných úkolů nebo účastí na projektech s jasně definovaným rozvojovým cílem. Intenzivně podporujeme koučovací kulturu, a proto zaměstnanci mají možnost využít pro svůj rozvoj interního kouče.

Cílem koučinku je zlepšování pracovního výkonu. Koučovací setkání se zaměřují na budování sebedůvěry, přijímání odpovědnosti za svěřené úkoly, posilování vlastní motivace nebo zlepšování dovedností (např. řízení času, komunikace, budování mezilidských vztahů a rozvoj týmů). Zaměstnanci se v této oblasti rozvíjejí také pomocí mentoringu nebo přijímáním a poskytováním rozvojové zpětné vazby. Rozvoj pomocí tréninků našim zaměstnancům umožňuje zaměřit se na zlepšení „měkkých“ dovedností (např. prezentační nebo komunikační) nebo posílit další znalosti (např. zvyšování znalostí práce na PC nebo technické školení).

Naši zaměstnanci mají k dispozici e-learningové řešení v rámci tréninkové aplikace, které jim umožňuje absolvovat povinné, pravidelně se opakující tréninky (např. školení BOZP) samostudiem na pracovišti. Každý nově nastupující zaměstnanec prochází vstupním školením, prostřednictvím kterého se dozví všechny důležité informace o fungování společnosti a jednotlivých oddělení.





Interní komunikace

Komunikace ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je otevřená a bezbariérová.

Hlavními komunikačními nástroji jsou: zaměstnanecký časopis Kompas/Coctail,

kteří vychází čtyřikrát ročně a v němž se lze dočíst o novinách ve firmě, zajímavých projektech či lidech, úspěších obchodních zástupců na trhu atd. Magazín vzniká především díky desítkám přispěvatelů z řad zaměstnanců, kteří sami píšou články o aktuálních událostech ve svých odděleních;

intranet, který funguje jako informační rozcestník. Zaměstnanci zde najdou odkaz do tréninkové aplikace či na obchodní reporty, dále telefonní seznamy, shrnutí důležitých aktuálních zpráv, veškerá oznámení o personálních změnách a interních konkurzech na volné pracovní pozice, multimedialní knihovnu a mnoho dalších užitečných informací;

nástěnky, na kterých si i zaměstnanci bez přístupu k počítačům mohou přečíst interní oznámení či konkurzy nebo pozvánky na různé firemní akce;

informační kiosky umístěné v Praze-Kyjích a v distribučním centru Horní Počernice, na kterých si zaměstnanci

bez pracovního počítače mohou objednávat nápoje v rámci firemního fasování nebo zde mají přístup na intranet či internet;

televize rozmístěné po areálu v Praze-Kyjích, které informují o novinkách či projektech probíhajících nejen v České a Slovenské republice, ale i v jiných zemích naší operační jednotky.

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 zúčastnit se jich může kdokoliv. Rada funguje v České republice již 14 let a od 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 či sportovní den aj.



Průzkum spokojenosti zaměstnanců

Máme největší nárůst motivovanosti zaměstnanců ve skupině Hellenic!

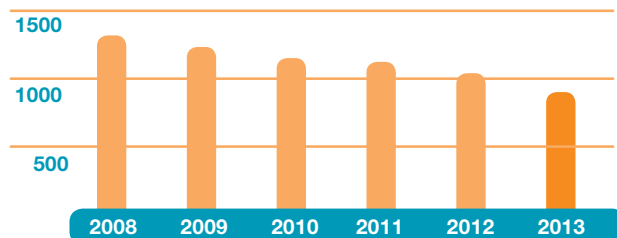
V roce 2013 probíhal pravidelný průzkum spokojenosti zaměstnanců, který na každoroční bázi zjišťuje motivovanost zaměstnanců naší společnosti i uvedení firemních hodnot v každodenní praxi. S výrazným zapojením celé manažerské populace jsme odstartovali spoustu aktivit a programů a vy-

užili jsme synergií napříč celou společností. Naše intenzivní úsilí a snaha věci zlepšovat přinesly zaznamenaníhodné výsledky v podobě nejvyššího nárůstu indexu motivovanosti v celé skupině Coca-Cola Hellenic, a to o **22 %**. I když jsme se výsledkově významně posunuli kupředu, budeme i nadále investovat do všech zaměstnanců prostřednictvím programů, které jsme nastartovali v minulém roce.

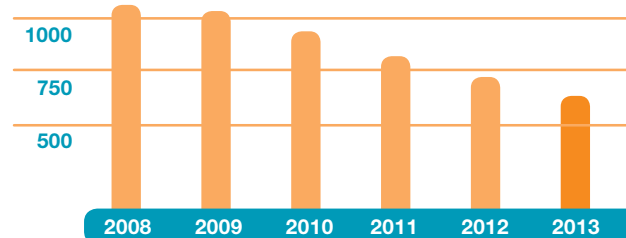


Další personální ukazatele:

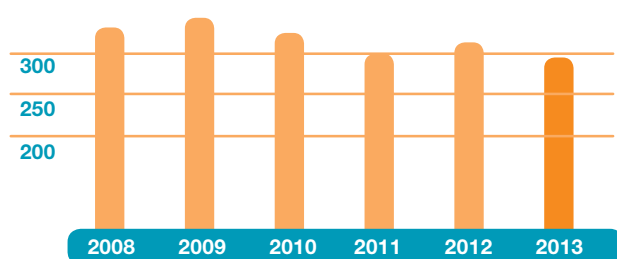
Počet zaměstnanců



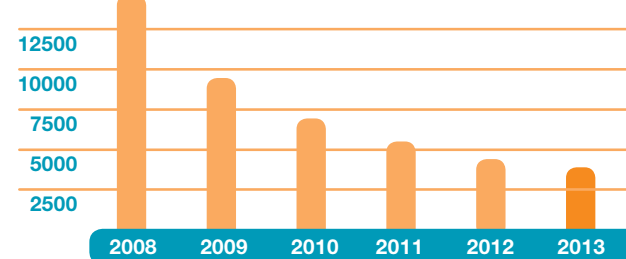
Muži (průměrný počet za rok)



Ženy (průměrný počet za rok)



Absence (dny)

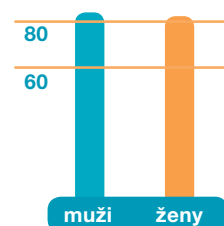


Zaměstnanci podle věku

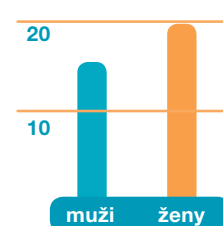


Management (v %)

Pracovníci a specialisté



Vedoucí pracovníci



Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

Vytváření bezpečného a příjemného pracovního prostředí je jednou ze základních hodnot společnosti Coca-Cola HBC. Bezpečnost zaměstnanců a dodavatelů je nedílnou součástí úspěšného řízení společnosti. Vysoké standardy bezpečnosti práce si necháváme každý rok potvrdit externím auditem systému řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci – OHSAS 18001.

V rámci systému řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci provádíme měsíční hodnocení rizik na pracovištích a přijímáme opatření k jejich odstranění, zajišťujeme zaměstnancům vhodné osobní ochranné pracovní pomůcky pro jejich pracovní činnost, provádíme vyšetřování příčin a okolností vzniku pracovního úrazu a přijímáme opatření proti jejich

jako povinný pro všechny zaměstnance, kteří jsou aktivními účastníky silničního provozu. V roce 2013 prošlo tímto školením 117 účastníků a tento program samozřejmě bude pokračovat i v dalších letech.

Zavedli jsme také **Systém Walk The Talk**, kdy manažeři navštěvují každý týden pracoviště a ptají se zaměstnanců na bezpečnost práce, zjišťují od nich případná rizika na pracovišti a činnosti, při kterých by mohlo dojít ke zranění. Zjištěné závady jsou průběžně odstraňovány.

V rámci systému řešení skoronehod mají zaměstnanci možnost **zadat závady na pracovišti**, které by mohly způsobit zranění, do databáze, kde jsou evidovány a průběžně odstraňovány. Každý měsíc je vyhlášen o odměněn zaměstnanec, který zadal nejlepší návrh na zlepšení bezpečnosti práce nebo odstranění rizika.

Rok	Počet smrtelných pracovních úrazů	Počet vážných pracovních úrazů	Počet úrazů s pracovní neschopností delší než 3 dny
2009	0	1	31
2010	0	1	19
2011	0	0	7
2012	0	0	12
2013	0	0	11

Skoronehody	rok 2012	rok 2013
Počet zadaných skoronehod	99	192
Počet odstraněných skoronehod	80	178

opakování. Společnost Coca-Cola HBC zavedla tři systémy pro předcházení pracovním úrazům.

AlertDriving je e-learningové školení, jehož cílem je zlepšit řidičské schopnosti zaměstnanců a naučit je lépe vnímat rizika při řízení motorových vozidel. Zaměstnanec nejprve prochází procesem, který se nazývá Hodnocení vnímání rizik. Jedná se o simulaci řízení za skutečných podmínek provozu v naší zemi. V závislosti na zjištěných slabínách je poté přidělena skupina modulů s cílem zlepšit řidičovy dovednosti v konkrétních oblastech. Skupina Coca-Cola Hellenic klade velký důraz na zajištění bezpečnosti svých zaměstnanců a zvláštní pozornost přitom věnuje řízení motorových vozidel, proto se rozhodla tento program uvést



V průběhu celého roku 2013 jsme...

- ...obhájili certifikaci systému OHSAS* 18001;
- ...zahájili e-learningové školení Alertdriving pro řidiče služebních vozidel a proškolili jsme 117 řidičů
- ...realizovali systém Walk The Talk, v rámci kterého jsou manažeři v častějším kontaktu se zaměstnanci a diskutují s nimi o otázkách bezpečnosti práce;
- ...zvýšili bezpečnost na plnicích linkách instalací přechodových můstků s větším zabezpečením paletizačních a depaletizačních strojů;
- ...uspořádali informační kampaň pro zaměstnance o riziku při manipulaci s břemeny;
- ...vyhodnotili a odměnili devět nejlepších návrhů na zlepšení bezpečnosti práce;
- ...vyřešili 178 podnětů zaměstnanců na zlepšení bezpečnosti práce.

V rámci programu ochrany zdraví jsme...

- ...nabídli zaměstnancům bezplatné očkování proti chřipce;
- ...umožnili bezplatné absolvování kurzu první pomoci pro zaměstnance;
- ...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;
- ...zorganizovali Den zdraví, kterého se zúčastnilo 50 zaměstnanců.



* OHSAS je zkratka pro Occupational Health and Safety Assessment Series, což je systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Ten stanovuje požadavky na systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, pomocí něhož může firma řídit svá rizika pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci a zlepšit svoji výkonnost v oblasti bezpečnosti práce. Společnost Coca-Cola HBC Česká republika získala tento certifikát v červnu 2006.



svět



Strategie firmy Coca-Cola HBC Česká republika je v souladu se strategickými prioritami společnosti Coca-Cola HBC AG. Své úsilí směřujeme do několika oblastí důležitých pro naše podnikání: ochrana vodních zdrojů, energie a klima, obaly a recyklace.

Strategické oblasti s významným dopadem

Ochrana vodních zdrojů

Voda má pro firmu Coca-Cola HBC Česká republika zásadní důležitost, neboť je základní ingrediencí našich výrobků. Tento mimořádně cenný přírodní zdroj využíváme velmi odpovědně.

Energie a klima

Přijímáme různá opatření v rámci řízení rizik souvisejících se změnami klimatu. Zaměřujeme se na zvyšování efektivity využití energie v našich výrobních provozech, přechod na čistší zdroje energie, snižování emisí v celém životním cyklu výrobku, podporu povědomí o energetické účinnosti a aktivit s tím souvisejících a adaptaci na změny klimatu.

Obaly a recyklace

Obaly pro nás představují nadmíru důležitý aspekt, neboť spotřebitelům chceme poskytovat špičkové výrobky, které jsou dostatečně chráněny před okolními vlivy. Obaly mají také ekologický dopad, který musíme řádně vyhodnocovat a přijímat příslušná opatření v každé fázi jejich životního cyklu – od výroby až po likvidaci.

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 v rámci tzv. Coca-Cola systému kvality (The Coca-Cola Quality System, TCCQS).

Společnost Coca-Cola HBC je certifikována dle norem ISO 9001 a ISO 14001, má zavedený, implementovaný a certifikovaný systém ISO22000, který je zaměřen na bezpečnost potravin a jehož součástí je zavedený 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. Všechny tyto normy jsou pravidelně kontrolovány pomocí auditů nezávislými auditorskými společnostmi.

Coca-Cola HBC Česká republika se zavázala, že při provádění svých podnikatelských činností bude odpovědně přistupovat k životnímu prostředí. To znamená, že jsme rozhodli 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 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 svým zaměstnancům poskytnout nutná školení a podporu tak, aby v plné míře přijali tento závazek a podíleli se na trvalém zlepšování environmentálních standardů.

společností. Proto se snažíme svým zaměstnancům poskytnout nutná školení a podporu tak, aby v plné míře přijali tento závazek a podíleli se na trvalém zlepšování environmentálních standardů.



Voda

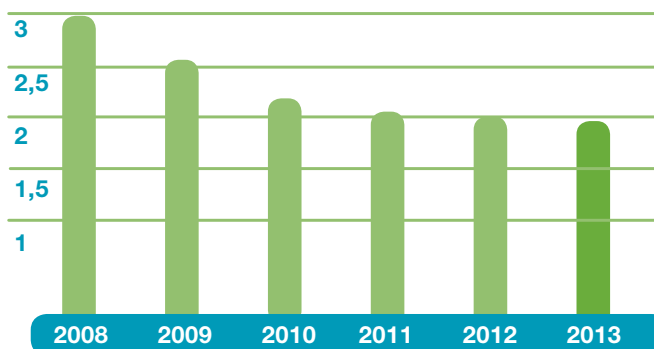
Voda je základní složkou našich produktů a záleží nám na jejím efektivním využívání. Daří se nám neustále snižovat množství vody použité při výrobě jednoho litru nápoje a naším cílem v dlouhodobé perspektivě je toto množství ještě dále snižovat. Od roku 2008 do roku 2013 klesl poměr spotřeby vody na 1 litr vyrobeného nápoje o více než 35 % díky zavedení nových technologických postupů, umožňujících recyklaci vody.

Např. vodu použitou na oplachy dopravníků znovu použijeme třeba na mytí přepravek vrácených z trhu, poslední výplachovou vodu z regenerace pískových filtrů ve vodárně shromažďujeme na první proplach při další regeneraci apod. A i nadále testujeme nové technologie úspory vody, které výrazně ovlivňují její spotřebu a mají vyšší účinnost oproti standardním metodám. Tyto používáme v našem výrobním závodě v Praze-Kyjích:



- ◆ na dopravnících některých výrobních linek používáme suché mazání, není tedy nutné používat vodu,
- ◆ použitou vodu recyklujeme, tj. používáme na další, sanitační účely,
- ◆ Karbonové a polish filtry jsme oddělili z důvodu optimalizace regeneračních procesů zejména s ohledem na úsporu spotřeby vody,
- ◆ na jednom ze vstupních pískových filtrů jsme vyměnili filtrační náplň, místo písku používáme skleněné kuličky, které díky svým fyzikálním vlastnostem prodlužují filtrační dobu a tím šetří vodu a energii potřebnou pro regeneraci filtrů.

Spotřeba vody na litr vyrobeného nápoje



Energie

Stejně jako je naším cílem snižovat množství použité vody, usilujeme i o snižování objemu použité energie. Aseptická výrobní linka, instalovaná v roce 2008, si vyžádala vyšší spotřebu elektrické energie ve výrobním závodě, neboť tato výrobní a plnicí technologie je energeticky náročná.

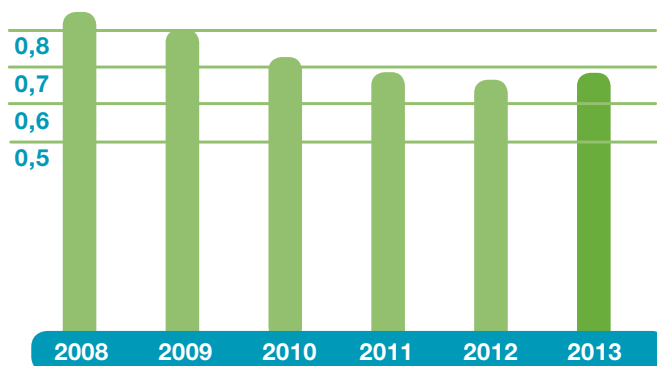
- ◆ ve výrobních halách jsme instalovali osvětlení s automatickou regulací intenzity světla,
- ◆ instalovali jsme suché teplotní výměníky určené pro provoz plnicích linek,
- ◆ vyměnili jsme staré typy pohonu dopravníků (asynchronní) za moderní (synchronní), které snižují energetickou náročnost o 20–40 % oproti původnímu řešení,

I přes provoz této linky jsme od roku 2008 zaznamenali pokles spotřeby energie na 1 l vyrobeného nápoje o 17 %. Soustavně pracujeme na projektech podporujících úspory energií investicemi do nových šetrnějších technologií:

- ◆ používáme on-line monitorovací systém spotřeby energií,
- ◆ na všech lokacích jsme instalovali úsporné žárovky,
- ◆ pravidelně školíme naše zaměstnance a zdůrazňujeme význam jejich osobního přístupu k případným úsporám energií.



Spotřeba energie na litr vyrobeného nápoje



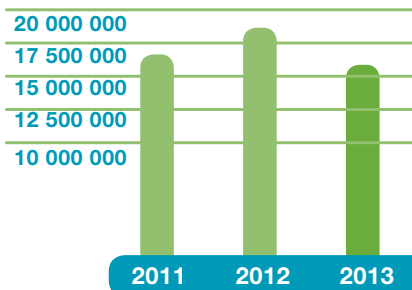
Vozový park



Veškeré přímé dodávky výrobků firmy Coca-Cola HBC Česká republika jsou realizovány prostřednictvím silniční dopravy. Pro administrativní a komerční potřeby, jakož i pro samotné dodávky výrobků používáme vozidla partnerských firem, se kterými spolupracujeme.

V roce 2013 používala firma celkem 419 automobilů značky Škoda pro administrativní a obchodní účely. Celkem bylo minulý rok spotřebováno 1 141 461 litrů paliva (u aut do 12,5 t).

Ujeté kilometry (týká se aut do 12,5 t)



Ročně cestou za našimi zákazníky najezdíme celkem **15 860 447** km.

To je obtížné si jen tak představit. Pomůžeme vám.

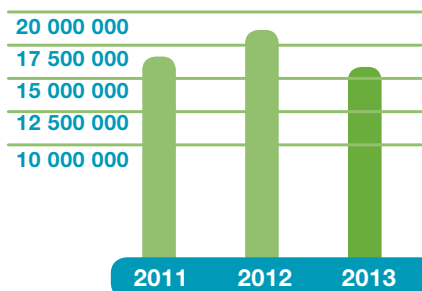


Je to stejné jako **410x** objet zeměkouli po rovníku.

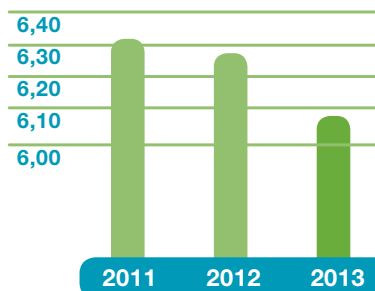


Nebo více než **7000x** objet po hranici celou Českou republiku.

Spotřebované palivo (auta do 12,5 t)



Průměrná spotřeba paliva v litrech/100 km



Politika řízení vozového parku firmy Coca-Cola HBC Česká republika je založena na používání automobilů s optimální kapacitou, které plní aktuální emisní normu EURO 5. Zhruba 99,5 % našich vozidel jezdí na naftu, neboť naftové motory se vyznačují nízkou spotřebou paliva.

V roce 2013 bylo celkem 86 služebních vozů společnosti Coca-Cola HBC Česká republika vybaveno progresivním systémem Mobileye, který pomáhá rozvíjet bezpečný styl řízení a signalizuje náhlý výskyt chodců a cyklistů ve vozovce. Výsledkem zavedení tohoto systému je snížený počet nehod i objem škod na vozovém parku.

Zařízení na chlazené nápoje

Chladicí zařízení naší společnosti neobsahuje látky poškozující ozonovou vrstvu zeměkoule. Podíváme-li se na náš hodnotový řetězec, vidíme, že největší podíl na uhlíkové stopě mají chladiva a energie spotřebovávané našim chladicím zařízením během skladování v obchodní síti. Vzhledem k této skutečnosti spouští firma dlouhodobý program, který se chladicím zařízením zabývá ve dvou směrech.

- ◆ Instalace zařízení eco-box na dveřích lednic firmy Coca-Cola HBC Česká republika (vysvětlení)
- ◆ Nákupy chladicích zařízení bez obsahu HFC od roku 2012 a nahrazení starých zařízení
- ◆ Nákupy chladicích zařízení s lepší energetickou účinností (kdekoli je to možné) od roku 2009
- ◆ Upgrade části osvětlení starých chladicích zařízení – vybavení systémy LED



Počet chladicích zařízení u zákazníků **52 100** ks



Nakládání s odpady

Snažíme se snižovat množství produkovaných 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. Vedle jednoznačné priority kvality dále v rámci neustálých inovačních snah usilujeme o zavádění takových obalů, které co nejméně zatěžují životní prostředí – z tohoto důvodu naše obaly například pravidelně odlehčujeme (řádově v jednotkách až desítkách procent, dle velikosti balení) či tzv. panenský PET materiál doplňujeme materiálem recyklovaným (některé naše obaly obsahují až 30 % recyklovaného PET). V minulých letech jsme odlehčili hmotnost uzávěrů PET lahví a následně snížili i hmotnost preform pro PET lahve o obsahu dvou litrů, a to o 3 % oproti předchozímu stavu. V roce 2013 jsme začali nakupovat tzv. panenský PET materiál (resin), který již obsahuje 10 % recyklátu. Nyní již tedy každá PET lahev obsahuje podíl recyklovatelného PET. Další recyklát je přidáván během výrobního procesu podle velikosti preformy o 10 – 20 %.

Naše společnost je výrobcem mnoha různých druhů obalů tak, jak je preferují naši spotřebitelé – od vratných skleněných lahví a aluminiových plechovek přes plastové náplně do výčepních zařízení až po kombinované či plastové (PET) obaly. Všechny tyto obaly jsou bez výjimky recyklovatelné. Snažíme se o to, aby se pokud možno každý obal vrátil ke spotřebiteli, ať už při opakovaném použití, nebo v recyklované podobě.



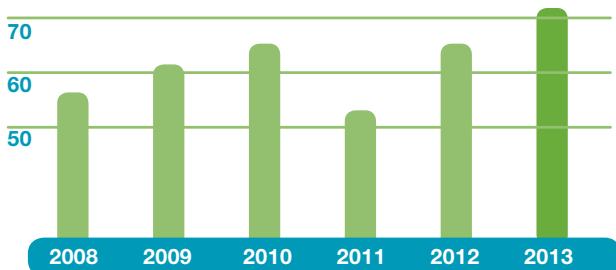
Za důležitý prvek ochrany životního prostředí proto považujeme třídění a recyklaci všech našich obalů. Cílem je naplnění evropské směrnice 94/62 EC o obalech a obalových odpadech.

V České republice je naše společnost zapojena do integrovaného Systému sdruženého plnění EKO-KOM, na jehož vzniku se také v polovině devadesátých let minulého století podílela. Obalový odpad je v tomto systému chápán jako

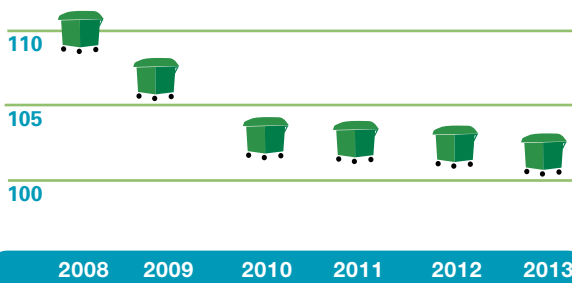
nedílná součást komunálního odpadu a tvoří v něm přibližně jednu třetinu. Komunální třídění odpadu prostřednictvím sítě barevných kontejnerů je dnes dostupné 99 % české populace a z hlediska geografického pokrytí je jedním z nejlepších v Evropě. Hustota dostupnosti barevných kontejnerů na tříděný odpad je přibližně 101 metrů. V systému EKO-KOM byla v uplynulém roce 2013 dosažena celková míra recyklace 71,8 %, přičemž plasty jsou recyklovány v míře 67 % a PET materiál jako součást této skupiny dosahuje téměř sedmdesáti procent. **Všeobecně lze říci, že v ČR je recyklováno sedm PET lahví z 10, což staví Českou republiku na úroveň srovnatelnou s nejlepšími zeměmi EU.**



Podíl recyklovaného odpadu z výrobního závodu v %



Průměrná vzdálenost barevných kontejnerů od českých domácností v metrech



Průměrná vzdálenost v metrech

V ČR je recyklováno **7** PET lahví z **10**



Tříděním odpadu snižujeme produkci CO₂

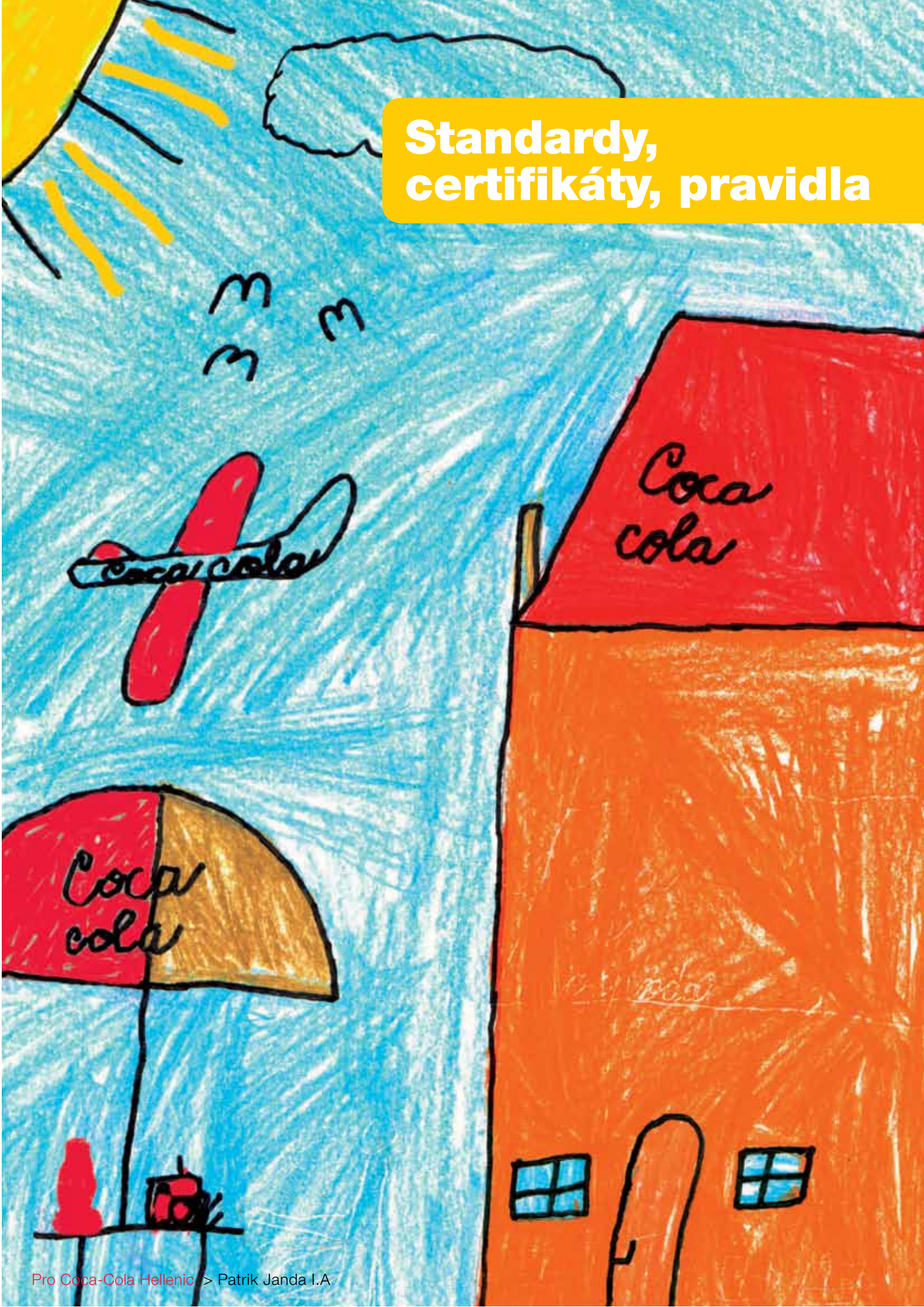


Zapojením do Systému sdruženého plnění **EKO-KOM** a tím i podporou recyklace jsme v roce 2013 ušetřili 478 801 GJ energie a tomu odpovídá snížení produkce skleníkových plynů o 20 002 tun CO₂ ekvivalentních. Díky příspěvku společnosti Coca-Cola HBC Česká republika do systému recyklace za rok 2013 byl zajištěn zpětný odběr a recyklace 6379 tun obalových odpadů. Tyto odpady by naplnily 3843 svozových automobilů. Podíl naší společnosti odpovídá zajištění ročního provozu a obsluhy 4362 barevných kontejnerů na tříděný odpad.



Náš podíl na celkovém snížení produkce skleníkových plynů činí 20 002 tun CO₂ ekv., a tak bylo uspořeno 478 801 GJ energie. To odpovídá emisím CO₂ vyprodukovaných 9402 osobními automobily střední třídy za rok jejich provozu. Námi uspořené energie představuje 930 dnů ekvivalentu spotřeby elektrické energie na veřejné osvětlení v hl. m. Praze. Stanovení konkrétního množství ušetřené energie bylo provedeno tzv. LCA metodou (Life Cycle Assessment), tedy metodou posuzování životního cyklu.

Standards, certifikáty, pravidla



Standardy, certifikáty, pravidla

Firma Coca-Cola HBC Česká republika certifikuje své výrobní závody a sklady podle mezinárodních standardů pro řízení kvality (ISO 9001), bezpečnost potravin (ISO 22000), ochranu životního prostředí (ISO 14001) a bezpečnost a ochranu zdraví při práci (OHSAS 18001).

Součástí systému řízení jsou požadavky GFSI (Global Food Safety Initiative) a systému HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points). Veškeré nápoje vyráběné firmou Coca-Cola HBC Česká republika plní českým státem stanovené normy pro kvalitu a bezpečnost potravin, stejně tak jako celosvětové standardy společnosti The Coca-Cola Company.

Řídíme se Kodexem obchodního chování (Code of Business Conduct), který definuje normy chování závazné pro všechny zaměstnance. Pro zaměstnance, kteří chtějí nahlásit porušování kodexu při zachování naprosté důvěrnosti, je zřízena telefonní linka a speciální e-mailová adresa.



Zavádíme směrnice a pravidla týkající se konkrétních záležitostí:

Pravidla vytváření rovných příležitostí

Pravidla ochrany životního prostředí

Pravidla kvality a nezávadnosti potravin

Pravidla řízení změn klimatu

Pravidla prevence HIV/AIDS

Pravidla ochrany lidských práv

Pravidla bezpečnosti a ochrany zdraví při práci

Pravidla zpracování a recyklace obalového odpadu

Pravidla bezpečné a ekologické jízdy

Hlavní zásady pro dodavatele

Závazek vůči UNESDA

Pravidla pro geneticky modifikované organismy GMO

Léto s Coca-Colou

Děti z některých tříd prvního stupně Základní školy Dubeč v Praze 10 se na konci školního roku zapojily do výtvarné soutěže Léto s Coca-Colou. Vytvořily desítky obrázků, ze kterých porota složená z grafiků a zástupců společnosti Coca-Cola vybrala ty nejlepší, a jejich tvůrci byli odměněni dárkovými předměty, které dětem předala manažerka oddělení pro vnější vztahy Kateřina Švecová (viz foto). Všechny zúčastněné třídy dále



dostaly od společnosti džusy a limonády na poslední předprázdninové týdny.

Některé z obrázků jsme si vybrali jako základní grafický prvek i do Výroční zprávy o sociální odpovědnosti 2013, kterou jste právě dočetli. Za spolupráci na této zprávě děkujeme všem soutěžícím dětem a konkrétně Julii Skopové a Patriku Jandovi z 1.A, Danielu Paurovi, Justině Jabůrkové a Adamu Říhovi ze 4.A a Karolíně Hennové z 5.A, jejichž kresby jsme použili.

Coca-Cola
Hellenic
Passion for Excellence

