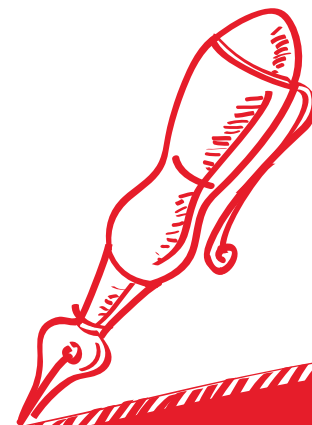


ZPRÁVA O SOCIÁLNÍ ODPOVĚDNOSTI 2014



Coca-Cola HBC Česká republika

EDITORIAL



VÁŽENÍ SPOTŘEBITELÉ, OBCHODNÍ PARTNEŘI, DODAVATELÉ, PŘÁTELÉ A ČTENÁŘI,

letošní, v celkovém pořadí již devátá zpráva o sociální odpovědnosti nabízí informace o naší společnosti za rok 2014 a zahrnuje oblasti našich činností, které sice nejsou příliš viditelné, ale které jsou neoddelitelnou součástí všech našich kroků a směřují k trvalé udržitelnosti našeho podnikání.

Toto shrnutí Vám předkládáme v době, kterou všeobecně charakterizuje pokračující recese a snížená poptávka v kategorii nealkoholických nápojů, protože to vlastně dokazuje, že naše aktivity v oblasti udržitelnosti jsou plně integrované se vším, co děláme, ať už v časech lepších, či horších.

Na následujících stránkách kompletně aktualizované verze této zprávy najdete

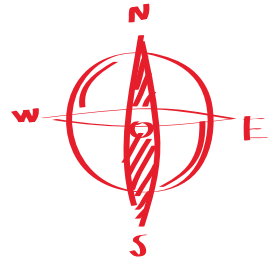
informace o tom, jak podnikáme a jak se přitom snažíme řídit zásadami ochrany životního prostředí, jak dodržujeme mnohé etické standardy, jaké nabízíme pracovní prostředí a podmínky našim zaměstnancům, jak se snažíme minimalizovat dopady na okolní svět nebo jak podporujeme místa, kde podnikáme, tj. informace o našich aktivitách, které jdou často nad rámec místních legislativních požadavků a které jako společensky odpovědná firma implementujeme.

V roce 2014 byla naše skupina Coca-Cola HBC vyhodnocena jako lídr v kategorii nealkoholických nápojů v rámci indexů DJSI: Dow Jones Sustainability World Index a Dow Jones Sustainability Europe Index. Získali jsme i nejvyšší hodnocení „A“ v oblasti projektů zaměřených na informace o emisích uhlíku a byli jsme zařazeni do globálního seznamu CDP Climate Performance Leadership Index 2014 (index společností, které vyvíjejí největší úsilí v boji proti klimatickým změnám).

Naše zprávy o sociální odpovědnosti už devět let umožňují ohlédnout se zpět a ve střednědobém horizontu dokumentují náš přístup k podnikání na českém trhu. Pro mne osobně jsou dokladem, že se dlouhodobě snažíme na českém trhu nejen uspět, ale také být zodpovědní, ohleduplní a tam, kde je to možné, i prospěšní svému okolí. Pevně věřím, že tyto informace budou takovýmto dokladem i pro Vás.

Tomáš Kadlec
Generální ředitel

SKUPINA COCA-COLA HBC



28 ZEMÍ EVROPY, ASIE A AFRIKY

Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o., je členem skupiny Coca-Cola HBC Group, jednoho z největších světových producentů značkových nápojů společnosti The Coca-Cola Company. Ten operuje ve 28 zemích Evropy, Asie a Afriky a nabízí nápoje více než 589 milionům spotřebitelů. Celá skupina má více než 36 000 zaměstnanců, 66 výrobních center a 307 distribučních center a skladů. Centrála společnosti Coca-Cola HBC Group je registrována ve Švýcarsku. Akcie firmy jsou obchodovány v prémiovém segmentu na Londýnské burze cenných papírů a v rámci sekundárního listingu na burzách v Aténách. Veškerá činnost firmy Coca-Cola HBC Group směřuje k dosažení vůdčího postavení v oblasti udržitelného rozvoje.



OBSAH

1. Historie

2. Coca-Cola systém

3. Naše poslání, firemní strategie a hodnoty

4. Společenská odpovědnost

4.1. „JÁ“

a) **Portfolio výrobků**

- ⊕ Novinky roku 2014
- ⊕ Nestea a Cappy Ice Fruit se stévií
- ⊕ Velikost prodávaných balení

b) **Informovaný výběr a odpovědný marketing**

- ⊕ Bezpečnost a kvalita
- ⊕ Nutriční značení na etiketách
- ⊕ Odpovědný marketing

c) **Aktivní životní styl a zdraví**

4.2. „MY“

a) **Podpora rozvoje mladých lidí**

- ⊕ Dětské domovy
- ⊕ Prohlídka výrobního závodu Praha-Kyje
- ⊕ Spolupráce s VŠ

b) **Spolupráce s místními komunitami a neziskovými organizacemi, pomoc při katastrofách**

- ⊕ Neziskové organizace a jiná zájmová sdružení
- ⊕ Pomoc při katastrofách
- ⊕ Spolupráce s místními radnicemi

c) **Zákazníci**

- ⊕ Práce obchodního zástupce
- ⊕ Středisko služeb zákazníkům
- ⊕ Zákaznický časopis
- ⊕ E-shop

d) **Naši zaměstnanci**

- ⊕ Vzdělávání
- ⊕ Odměňování našich zaměstnanců
- ⊕ Interní komunikace
- ⊕ Program „Coke Ambassador“
- ⊕ Rada zaměstnanců
- ⊕ Pravidelné průzkumy spokojenosti zaměstnanců
- ⊕ Lidé v číslech
- ⊕ Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

4.3. „SVĚT“

a) **Voda**

b) **Energie a klima**

- ⊕ Vozový park
- ⊕ Zařízení na chlazené nápoje

c) **Obaly a recyklace**

- ⊕ Nakládání s odpady
- ⊕ Standardy, certifikáty a pravidla

1. HISTORIE



JAK TO VŠECHNO ZAČALO

Historie značky Coca-Cola sahá až do roku 1886, kdy byl v Atlantě ve státě Georgia vyroben její první nápoj. Na našem území se objevila až po 79 letech. Tehdy, na konci 2. světové války, ji do západních Čech přivezli američtí vojáci a vyměňovali ji s místními obyvateli za pivo.

První Coca-Cola byla u nás, tedy v tehdejší Československu, vyrobena až v roce 1971. Bylo to na základě licenční smlouvy The Coca-Cola Company a národního podniku Fruta Brno, který obchodoval se zeleninovými a ovocnými výrobky.

Češi díky tomu mohli až do roku 1989 ochutnat různé výrobky od několika výrobců. V Karlových Varech se vyráběly Cherry Coke a bezkofeinová Coca-Cola, v Chrástu u Chrudimi džusy Cappy v Českých Budějovicích Lift.

Významným mezníkem pro rozšíření nápojů Coca-Cola byl pochopitelně rok 1989. Po sametové revoluci začala The Coca-Cola Company samostatně působit v Československu.

1990

Společnost vstoupila do jednání s Pražskými sodovkárnami a Magistrátem hlavního města Prahy a založila ve Vídni sídlo pro pracovní tým středoevropské pobočky Coca-Cola Amatil, který měl za úkol vyhodnotit investiční možnosti v Československu. V polovině roku Coca-Cola Amatil zahájila jednání s místními výrobními závody. Cílem bylo transformovat a konsolidovat výrobu Coca-Coly v Československu.



1991

Rok, kdy Coca-Cola Amatil získala licenci na nápoje značky Coca-Cola pro celé Československo a vstoupila na český trh. Ukončila jednání o vytvoření společného podniku s Pražskými sodovkárnami a předložila návrh na odkoupení 100% podílu závodu na výrobu nealkoholických nápojů v Praze-Kyjích. Pod názvem Coca-Cola Amatil Praha vytvořila prodejní a distribuční pobočku, uzavřela dohody na stáčení nápojů se státními podniky v Brně, Karlových Varech a Chrástu u Chrudimi a zaměstnala prvních 56 zaměstnanců.

1992

Coca-Cola Amatil podepsala dohodu o koupi sodovkárny v Kyjích a zahájila její technickou přestavbu.

1993

Předseda vlády ČR Václav Klaus, předseda The Coca-Cola Company Roberto Goizueta a předseda Coca-Cola Amatil Dean Wills zahajují provoz v rekonstruovaném závodě. Na nové lince se stáčí nápoje do dvoulitrových PET lahví.

1997

Coca-Cola Amatil se rozdělila. Z její evropské části vzniká britská Coca-Cola Beverages a později i Coca-Cola Beverages Česká republika, která otevírá deset prodejních a obchodních center a zaměstnává více než 1000 zaměstnanců.

2000

Coca-Cola Beverages se slučuje s řeckou nezávislou výrobní společností Hellenic Bottling. Vzniká tak druhý největší strategický partner The Coca-Cola Company – společnost Coca-Cola Hellenic Bottling Company, která u nás vybudovala obchodní a distribuční síť.

2005

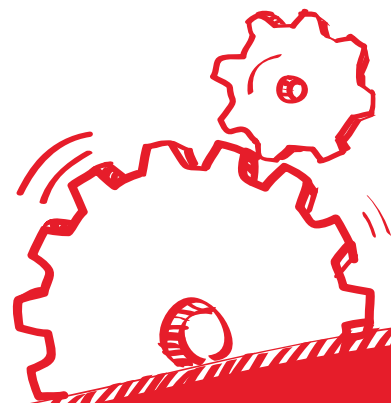
Vzniká společná operační jednotka Coca-Cola Beverages Česká a Slovenská republika a do jejího čela se staví současný generální ředitel Tomáš Kadlec.

2008

Obchodní název společnosti se mění na Coca-Cola HBC Česká a Slovenská republika.



2. COCA-COLA SYSTEM



PARTNERSTVÍ SE SPOLEČNOSTÍ THE COCA-COLA COMPANY

Zdroje, znalosti a zkušenosti společnosti The Coca-Cola Company (TCCC) spojujeme s našimi vlastními z výroby, distribuce a prodeje nápojů.

TCCC vyrábí a prodává koncentráty, které tvoří základ nápojů. Dále má na starosti vytváření poptávky prostřednictvím

marketingu cíleného na spotřebitele a stará se o rozvoj jednotlivých značek. My, Coca-Cola HBC, jsme odpovědní za výrobu, distribuci a prodej značkových nealkoholických nápojů společnosti The Coca-Cola Company. Máme na starosti tzv. trade marketing, který je realizován přímo v provozovnách zákazníků.

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 více než 50 000 zákazníky, provozujeme deset distribučních a administrativních poboček, jejichž prostřednictvím dovážíme své výrobky obchodním partnerům a díky nim i konečným spotřebitelům. Zaměstnáváme téměř 1000 zaměstnanců a na každé pracovní místo navazuje několik dalších v rámci našich dodavatelsko-odběratelských vztahů.

THE COCA-COLA COMPANY

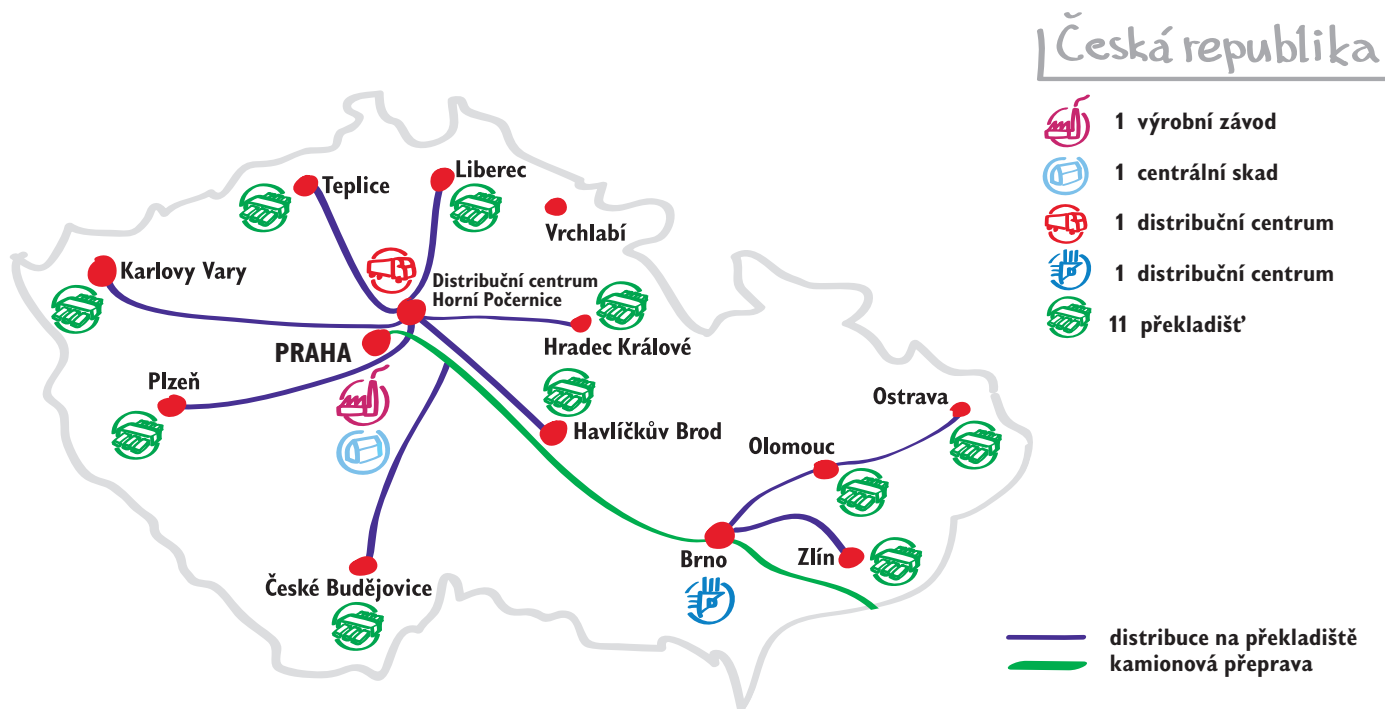
- » podporuje poptávku
- » vlastní ochranné značky
- » dodává koncentráty
- » rozvíjí jednotlivé značky
- » marketing cílí na spotřebitele



COCA-COLA HBC

- « vyrábí nápoje z nakoupených koncentrátů
- « zajišťuje distribuci a prodej
- « řídí odběratelské vztahy
- « realizuje marketing v provozovnách zákazníků
- « rozvíjí distribuční kanály
- « investuje do výrobních zařízení

INFRASTRUKTURA



COCA-COLA HBC ČR V ČÍSLECH:



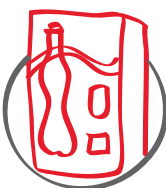
50 000
zákazníků



156
obchodních
zástupců



54 000
chladících zařízení



5800
prodejních
automatů



3200
postmixů



176
různých
výrobků
v prodeji

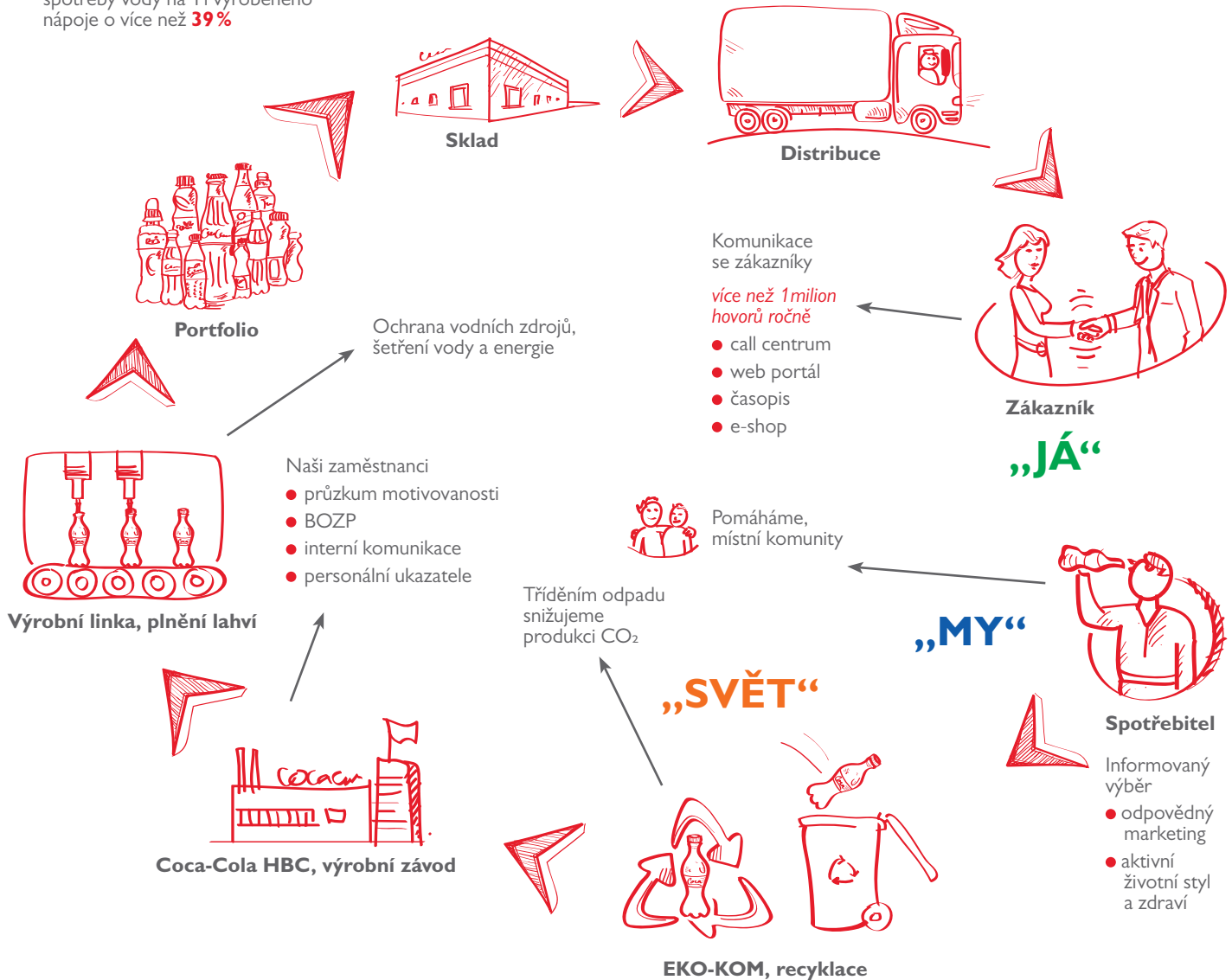


309 mil.
litrů nápojů
prodaných
v roce 2014

CYKLUS LAHVE

NOVÉ TECHNOLOGIE:

Od r. 2008 do r. 2014 klesl poměr spotřeby vody na 1l vyrobeného nápoje o více než **39%**



3. 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 nás činí neporazitelnými. Tyto hodnoty ctíme a řídíme se jimi. Naše hodnoty spojujeme s dalšími kameny skládačky, s našimi schopnostmi:

- řídit naše náklady,
- být důvěryhodnými partnery našim zákazníkům,
- získávat důvěru okolních komunit,
- vydobýt si i důvěru spotřebitelů.

Pokud k tomu všemu ještě přimícháme „ingredience“, péči o talenty a schopnost hladké spolupráce se společností The Coca-Cola Company, pak před sebou máme strategii, která je účinná a hlavně dlouhodobě udržitelná.

AUTENTICITA

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

VÍTĚZÍME S NAŠIMI ZÁKAZNÍKY

Naši zákazníci jsou
v srdci všeho, co
děláme.

JSME JEDEN TÝM

Věříme v sílu týmové
práce.

NAŠE HODNOTY

ZAJÍMÁME SE O NAŠE LIDI

Důvěřujeme našim
lidem, rozvíjíme
je a dáváme jim
odpovědnost.

DOKONALOST

Chceme udivovat
rychlostí a zaujetím
pro práci.

STÁLE SE UČÍME

Nasloucháme
druhým a jsme
přirozeně zvědaví.

4. SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST



Společenská odpovědnost společnosti Coca-Cola HBC ČR vychází z naší snahy o zajištění udržitelného rozvoje. Za poslední desetiletí jsme společenskou odpovědnost a dlouhodobou udržitelnost začlenili do všech aspektů řízení podniku a provedli jsme investice, jejichž cílem je vytvářet hodnoty v dlouhodobém horizontu. Klíčovou otázkou pro naše podnikání a komunity, které jsou na něm zainteresované, je zdraví spotřebitele. I nadále se zaměřujeme také na minimalizaci dopadu naší činnosti na životní prostředí.

Tomuto úsilí se dostává uznání prostřednictvím indexů Dow Jones Sustainability (od roku 2008) a FTSE4Good (od roku 2001). V roce 2014 byla naše společnost vyhodnocena jako lídr v oboru výroby nápojů v rámci indexů DJSI: Dow Jones Sustainability World Index a Dow Jones Sustainability Europe Index. Získali jsme také nejvyšší hodnocení A v oblasti Carbon Disclosure Project (CDP, projekt pro zveřejňování informací o emisích uhlíku) a byli jsme zařazeni do globálního seznamu CDP Climate Performance Leadership Index 2014 (index společností, které vyvíjejí největší úsilí v boji proti změně klimatu).



MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM



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 ne-

končí vyrobením lahve nápoje Coca-Cola. 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 nese v duchu naprosto stejného poselství:

„JÁ. MY. SVĚT.“



JÁ

Snažíme se vyjít vstříc potřebám našich spotřebitelů, a to tím, že představujeme a propagujeme správný produkt pro pravou příležitost a za správnou cenu. Dosahujeme toho prostřednictvím naší vlastní práce na sobě, vzdělávání a profesionalizace.

Spokojenost spotřebitelů je naší klíčovou prioritou. Snažíme se, aby znali fakta o našich výrobcích a chápali jejich možnou roli v aktivním 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 cíle týkající se ekologických dopadů, neustále se snažíme snižovat množství vody použité na 1 litr nápoje i množství použité energie. S našimi partnery spolupracujeme na komunikaci těchto změn a společně realizujeme projekty v oblasti ochrany životního prostředí včetně účasti na systému sběru a třídění obalového odpadu.

4.1. „ 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 stylu života.

STRATEGICKÉ OBLASTI S VÝZNAMNÝM DOPADEM

A) 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.

B) Informovaný výběr a odpovědný marketing

Prioritou jsou pro nás přesné a jasné informace pro zákazníky, týkající se obsahu kalorií v našich produktech.

Ty pomáhají spotřebitelům k informovanému výběru a k tomu, aby si mohli hlídat svůj denní přísun a výdej energie. Na tomto základě dobrovolně na našich etiketách 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.

Dobrovolný závazek odpovědného marketingu

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

C) 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.



4.1.a PORTFOLIO VÝROBKŮ



ŠIROKÝ VÝBĚR NÁPOJŮ, VČETNĚ VÝROBKŮ S NÍZKÝM A NULOVÝM OBSAHEM KALORIÍ

V naší nabídce lze nalézt syčené nealkoholické nápoje, balené vody a vody s příchutí, džusy, nektary, sportovní a energetické nápoje, nápoje na bázi kávy i čaje. Naším cílem je, abychom byli na dosah ruky po každé, 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 stévii zaznamenáváme rostoucí zájem a poptávku po progresivních výrobcích se sníženým energetickým obsahem. Nabídku proto budeme dále rozšiřovat.



NOVINKY ROKU 2014

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

☉ **Fanta s příchutí maliny a Fanta Shokata**

☉ **Nestea Cherry Blossom 1,5l**

☉ **Cappy pomeranč a jablko 100% v 0,2l skleněné lahvi**

☉ **džusy Cappy v PET lahvích 1l**

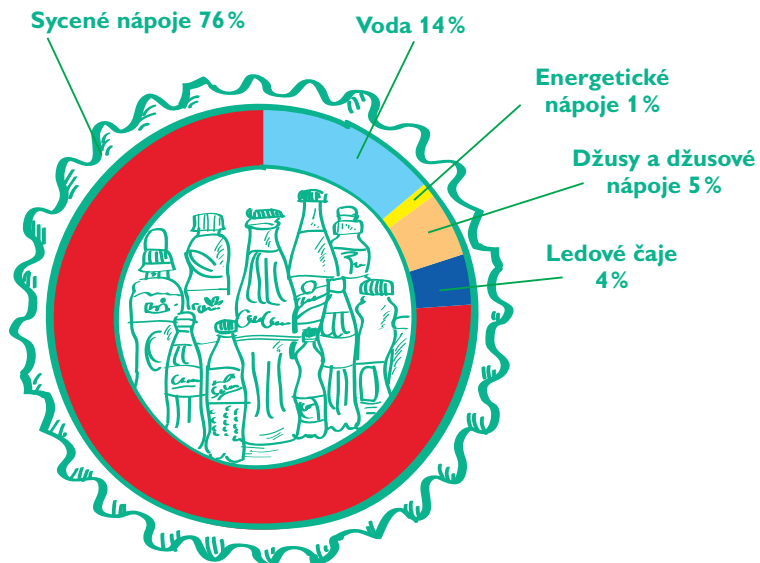
(pomeranč 100%, pomeranč nektar, hruška, černý rybíz, jahoda, jablko, ananas, multivitamin, grepfruit) a **0,33l** (pomeranč, jablko, jahoda, multivitamin)

☉ **Cappy Pulpy Tropical 1l**

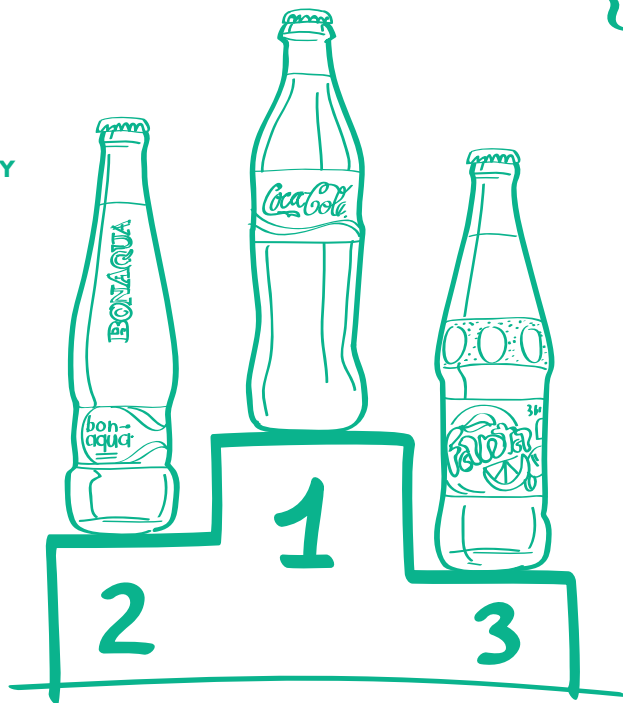
☉ **0,5l Burn Lemon Ice**

☉ **0,5l Monster Valentino Rossi**

PRODANÉ NÁPOJE Z PORTFOLIA COCA-COLA HBC – PODÍL JEDNOTLIVÝCH KATEGORIÍ



TOP 3 ZNAČKY



2014	Objem prodeje (l)
Coca-Cola	97 999 022
Bonaqua	22 206 603
Fanta	14 244 893

Nestea a Cappy Ice Fruit se stévií

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

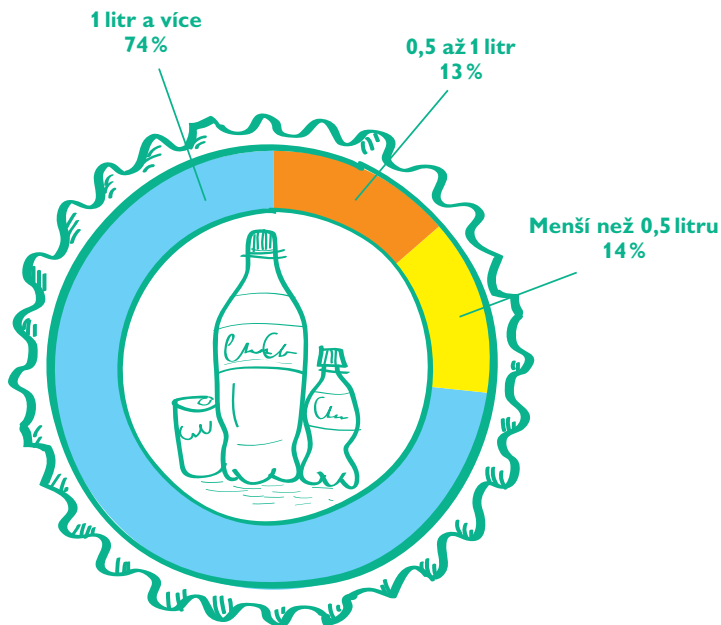
stévie v nápojích povoleno také v Evropské unii. V roce 2014 jsme začali toto sladidlo používat ve všech ledových čajích Nestea a Cappy Ice Fruit.



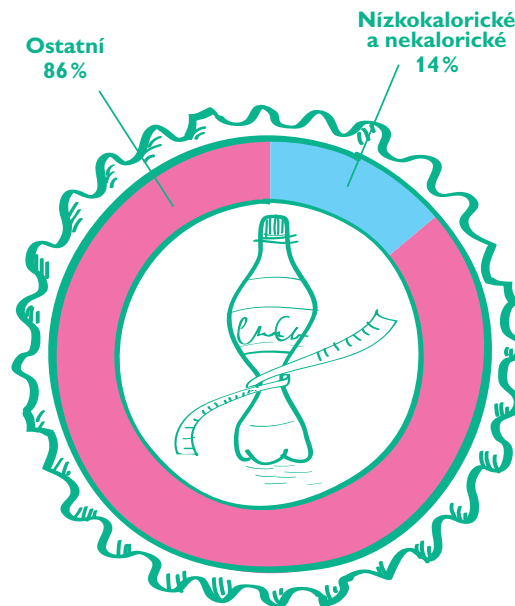
Velikost prodávaných balení

Jednou z dalších cest vstříc spotřebiteli ve věci aktivního životního stylu je široká nabídka různých objemů našich nápojů. Rozšířili jsme možnost sehnat nápoje v různých objemech lahví: všechny syčené nealko nápoje nabízíme proto také v malých baleních, tj. 200ml a 330ml skleněných lahvích a 250ml 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.

VELIKOST PRODÁVANÝCH BALENÍ



PODÍL PRODANÝCH NÁPOJŮ S NÍZKOKALORICKÝMI A NEKALORICKÝMI SLADIDLY ZE VŠECH SYCENÝCH NEALKO NÁPOJŮ



4.1.b

INFORMOVANÝ VÝBĚR A ODPOVĚDNÝ MARKETING



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. V našem výrobním závodě v Praze-Kyjích máme moderní zařízení a dobře vybavené laboratoře. Tady 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.

Nutriční značení na etiketách

Naše společnost se v rámci spolupráce v evropské asociaci výrobců nealko nápojů 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 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 další společnosti a spotřebitelům budou, ve svém nejlepším zájmu, poskytovat všechny potřebné informace.

Například údaj „Doporučené denní množství“, označované zkratkou GDA (Guideline Daily Amount) – jde o informaci pro spotřebitele ohledně množství kalorií, tuků, nasycených tuků, cukru a sodíku. Ta 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.

* 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:

- ❶ neprovádí marketing zaměřený na děti mladší 12 let;
- ❷ 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 syčené nealkoholické nápoje v základních školách a nahradit je jiným portfoliem (balené vody, džusy) v uzavíratelných baleních, která umožňují kontrolu spotřeby.

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

Ingredience obsažené v nealkoholických 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 aromata 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 hlídat si příjem kalorií, snižovat jejich objem a udržovat žádoucí tělesnou hmotnost. Aspartam je jednou z nejbedlivěji 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 bezpečná 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 bezpečná ingredience.



4.1.c

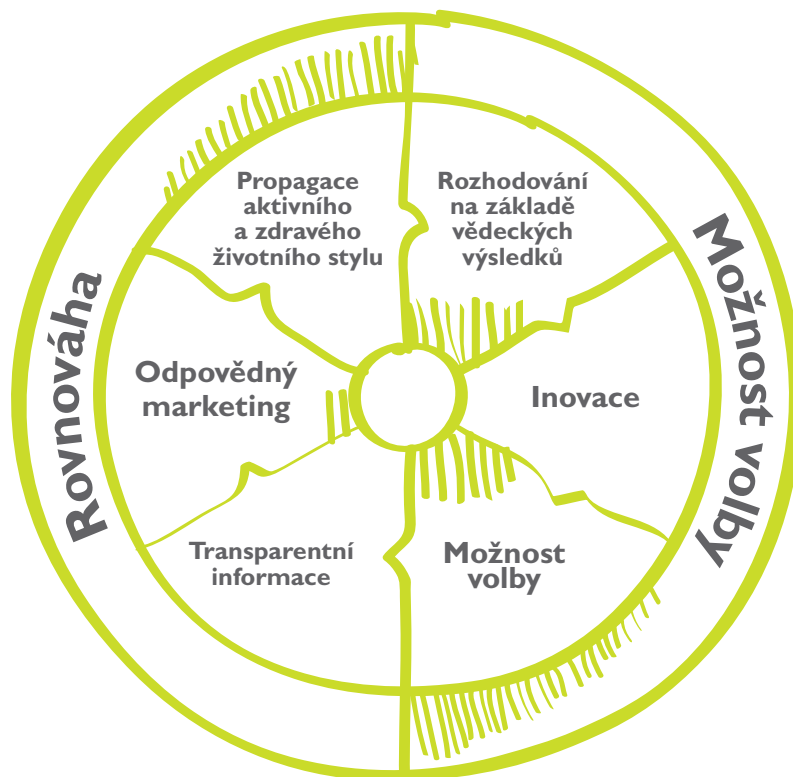
AKTIVNÍ ŽIVOTNÍ STYL A ZDRAVÍ



NÁŠ PŘÍSTUP KE ZDRAVÉMU ŽIVOTNÍMU STYLU

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 je již tradičním partnerem mnoha světových sportovních událostí – za všechny jmenujeme olympijské hry (od roku 1928) či dlouholetou spolupráci s fotbalovou asociací 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. Třináctého ročníku se v roce 2014 zúčastnilo 800 škol, což je téměř 15 400 mladých sportovců a sportovkyň.

Jedním z hlavních cílů projektu je přivést děti ke sportu a k aktivnímu trávení volného času a dopřát i amatérským týmům všech základních škol možnost

zahrát si opravdový zápas proti kvalitnímu soupeři. Všechny zápasy Coca-Cola Školského poháru se odehrávají na standardních fotbalových hřištích. Vítězné mužstvo je vždy odměněno atraktivní cenou – v roce 2014 navštívil vítězný tým chlapců z Příbrami – Březových Hor i dívek z Pardubic-Ohrazenic slavný fotbalový kemp v Římě a měli možnost zatrénovat si pod vedením brazilských trenérů. Ambasadorem celého projektu se stal nejlepší střelec české fotbalové reprezentace **Jan Koller**.



4.2. „MY“



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

A) Podpora rozvoje mladých lidí

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

B) Spolupráce s místními komunitami a neziskovými organizacemi, pomoc při katastrofách

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

C) Zákazníci

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

D) Naši zaměstnanci

Úspěch podnikání společnosti Coca-Cola HBC ČR závisí na zaměstnancích a na jejich motivovanosti.



4.2.a

PODPORA ROZVOJE MLADÝCH LIDÍ



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, 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 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 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 bar-manské 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, která sestává 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 naše 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 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 8530 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. Výsledek je pro nás potěšením, ale i výzvou pokračovat v práci se studenty a trainees intenzivně dál! 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.



4.2.b

SPOLUPRÁCE S MÍSTNÍMI KOMUNITAMI A NEZISKOVÝMI ORGANIZACEMI



Neziskové organizace a jiná zájmová sdružení

Kromě toho spolupracujeme s mnoha neziskovými organizacemi z celé České republiky. Jsou to např. Naděje, Nadace Te-rezy Maxové, kolínské sdružení pro pomoc tělesně postiženým Srdíčko, Sdružení Šance při fakultní nemocnici v Olomouci, Dětské krizové centrum, Asociace vozíčkářů a zdravotně a mentálně postižených AVAZ, MŠ, ZŠ a SŠ pro sluchově postižené, CEREBRUM – sdružení osob po poranění mozku a jejich rodin, Sdružení dobrovol-ných zdravotnických záchranářů Česká Ka-menice, 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 kavár-ně Potmě, vybudované nadací Světluška.

Pomoc při katastrofách

Dostupnost čisté pitné vody je jednou z nejnáléhavějších potřeb při katastrofách. Lidem postiženým různými druhy katastrof proto účinně pomáháme prostřednictvím

zajišťování dodávek vody ve spolupráci s Českým červeným křížem.

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 2014 se oslav Dětského dne zúčastnilo zhruba 700 dětí a 40 dobrovolníků z našich řad! Naše partnerství s místní samosprávou je dále rozvíjeno spoluprací na kulturních a sportovních akcích, jejichž pořada-

telem je právě místní 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. 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,



Počernické kuře či akci Pálení čarodějníc. V minulém roce proběhl i dobrovolnický den, v rámci kterého jsme uklízeli přilehlou část Prahy – Dolních Počernic, sousedící s naším závodem.

Vánoční kamion

Už od roku 2000 se každý prosinec můžete v českých a moravských městech setkat s vánočním kamionem Coca-Cola. 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. 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 více než 180 000 Kč.



4.2.c ZÁKAZNÍCI



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 nevhodnější strategii pro společné navýšení prodeje využít a jaký sortiment a v jakém balení je pro danou provozovnu z hlediska zákazníka i spotřebitele optimální. Také navrhne a dodá vhodné materiály na podporu prodeje, zajistí nejlepší prodejní zařízení a seznámí zákazníka s tím, jak nejlépe uspořádat v zařízení naše zboží – s ohledem na jeho prodejnost. Náš obchodní zástupce u zákazníka také kontroluje expirace produktů v 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 případných 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 nápojů a na které mohou volající dostat

informace o produktech, jejich složení, 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 díky našim pracovníkům, kteří jsou tam osobně přítomni.

Zajišťujeme i zelenou linku, která je uvedena na všech prodejních automatech společnosti CC HBC a kterou mohou použít všichni spotřebitelé při jakémkoli problému s nákupem nápoje právě z automatu. 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. A koncem není myšleno položení telefonu, ale kompletní vyřešení požadavku volajícího pomocí speciálně připravené databáze.



**Středisko služeb zákazníkům
obsluhuje celou ČR i SR, tedy
více než 70 000 zákazníků,
prijme více než 350 000
hovorů. Za rok realizuje více
než 1 000 000 hovorů.**

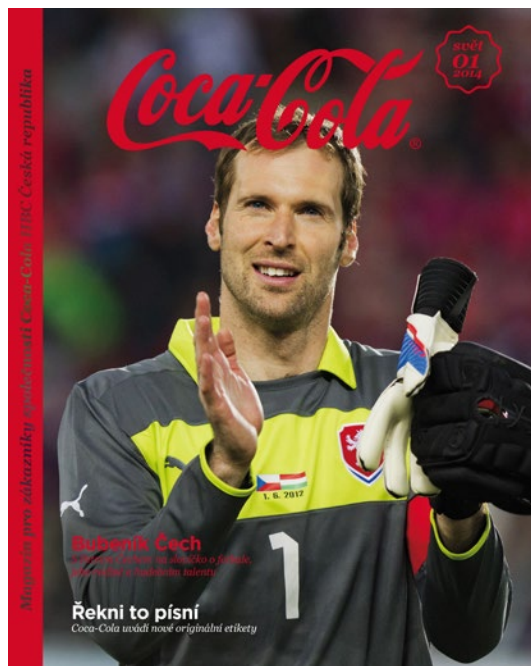
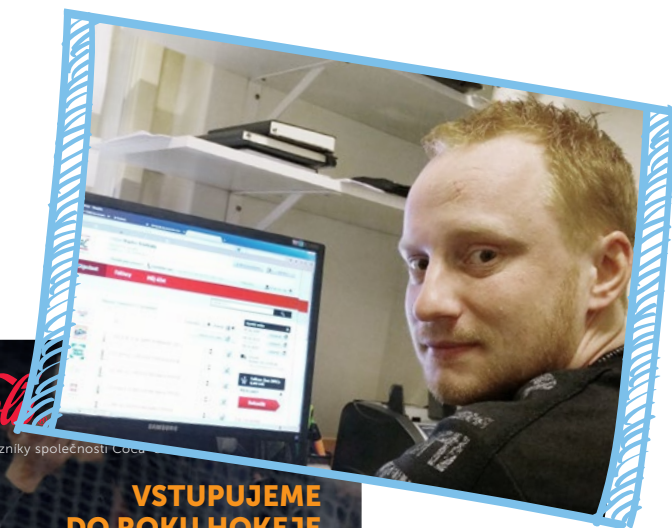
Zákaznický časopis

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

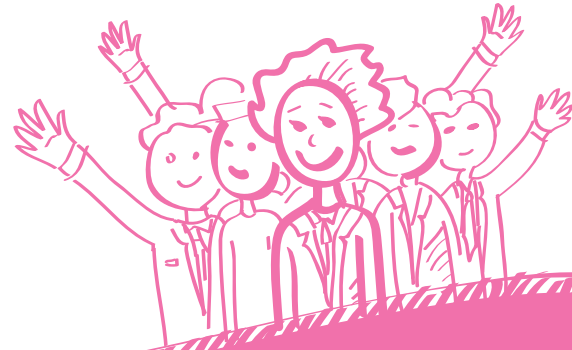
E-shop

Coca-Cola HBC Česká republika nabízí svým zákazníkům jako první na trhu nealkoholických nápojů možnost

objednávat si zboží přes internet. E-shop je tak praktickým pomocníkem zejména pro hotely, restaurace, kavárny, čerpací stanice, trafiky a malé obchody s potravinami. Tento on-line objednávkový systém funguje 24 hodin denně, sedm dní v týdnu. Zákazníci si mohou vybírat z celého sortimentu nápojů společnosti Coca-Cola HBC. Zároveň ale mají přehled o uskutečněných i nových objednávkách, zaplacených i neuhrazených fakturách, datech jejich splatnosti a probíhajících akčních nabídkách.



4.2.d NAŠI ZAMĚSTNANCI






Naši lidé vytvářejí naši hodnotu. Tím, že rozvíjejí náš byznys zodpovědně a s dlouhodobou perspektivou. Naše podnikání má mnoho silných stránek, vč. širokého portfolia produktů nebo geografického pokrytí, ale jsou to naši talentovaní lidé, kteří uvádějí do pohybu vytváření našich hodnot. Snažíme se zařídit, aby pracovali na místě, které je inspiruje a pomáhá jim dosahovat těch nejlepších pracovních výkonů. Víme, že zaujatí a motivovaní zaměstnanci, kteří využívají svůj potenciál, mají možnost dosáhnout svých pracovních cílů. Takoví lidé jsou zásadním článkem dlouhodobého úspěchu naší společnosti. Velmi se také snažíme, aby každý ze zaměstnanců chápal svou roli v naší společnosti a to, že jeho práce přímo přispívá k úspěchu Coca-Cola HBC.

Naše široké geografické rozkročení znamená, že náš byznys slouží velkému spektru různých komunit. Podpora diverzity a začleňování do naší práce vede každý rok znovu k ujištění, že jsme strategickým partnerem pro všechny naše zákazníky. Diverzita a začleňování nám v naší práci také pomáhají stimulovat různé cesty pře-

mýšlení a přinášejí inovace. To přitahuje další příležitosti. Aby vzrostlo porozumění a angažovanost, podporujeme výměny talentů mezi kulturami a zeměmi. Oficiálně podporujeme rovnost a vždy pro dané pracovní místo vybíráme tu nejlepší osobu – bez ohledu na pohlaví, náboženství, etnikum nebo původ. Odmítáme jakoukoli formu diskriminace, se zaměstnanci jednáme vždy čestně, s úctou a respektem.





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



HR

PARTNER
PRO LIDI

-  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.

Orientační program pro nové zaměstnance



UČÍME SE A ROZVÍJÍME PROSTŘEDNICTVÍM

ZKUŠENOSTÍ
70 %

LIDÍ
20 %

KURZŮ
10 %

GOAL

- Koučink
- Mentoring
- 360° zpětná vazba
- Leadership a měkké dovednosti
- PC kurzy
- Finanční akademie
- Leading with Presence

Vzdělávání

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 účasti 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 umožňuje našim zaměstnancům zaměřit se na zlepšení „měkkých“ dovedností (např. prezentačních nebo komunikačních) nebo posílit další znalosti (např. zvyšování znalostí práce na PC nebo skrze technické školení). Naši zaměstnanci mají k dispozici e-learningové řešení v rámci tréninkové aplikace, která 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.

Odměňování našich zaměstnanců

Odměňování našich lidí je v Coca-Cola HBC Česká republika založeno na principu celkové odměny, v níž je základní složkou pravidelná fixní mzda. Na ni 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.


Pro naše zaměstnance máme řadu standardních benefitů, jako jsou: kafeterie, příspěvek na penzijní spoření, příspěvek na stravování, týden dovolené navíc, fasování nápojů, nákup předmětů s logem Coca-Cola, zvýhodněné telefonování v rámci programu BenefitCall nebo zvýhodněné bankovní služby. Kromě těchto výhod mají naši zaměstnanci také možnost zapojit se do programu nákupu zaměstnaneckých akcií a přímo se tak podílet na výsledcích celé společnosti. Dále je pro ně 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.




Interní komunikace


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


Hlavními komunikačními nástroji jsou:


 **Zaměstnanecký časopis Kompas**, který 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, multimediální 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, v 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 novinách či projektech probíhajících nejen v České a Slovenské republice, ale i v jiných zemích naší operační jednotky.

Program „Coke Ambassador“ – každý z nás je velvyslancem značky Coca-Cola



Ambasadorský program stavíme na dobrovolnickém přístupu sponzorovaném členy jednotlivých týmů a čtyřech pilířích:

Engage – budování kladného vztahu zaměstnanců k produktům a značkám

Educate – vzdělávání zaměstnanců, jak dělat nejlepší „promo“ jednotlivým kategoriím a značkám

Live – rozvoj spokojeného života zaměstnanců a jejich okolí

Move – podpora zdravého životního stylu a sportovních aktivit

Realizace ambasadorského programu probíhala v několika fázích: připravili jsme speciální vydání interních novin, brožuru

pro komunitu a spustili interní facebookový profil na sdílení sportovních zážitků zaměstnanců. Spustili jsme také grantový program, který je určen pro podporu aktivit našich zaměstnanců v místních komunitách. Na jaře se konal i Coke Ambassador Day – největší akce roku pro zaměstnance. Dnešního aktivitu, které se vztahovaly k naší značce, se zúčastnilo 700 zaměstnanců, jejich rodinných příslušníků a přátel.

Rada zaměstnanců

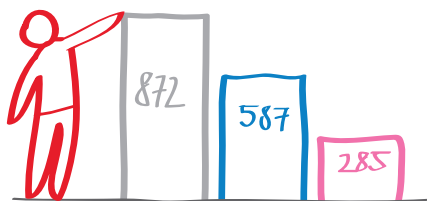
Rada zaměstnanců ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika reprezentuje zaměstnance a zajišťuje komunikaci mezi nimi a vedením společnosti. Členové rady jsou voleni zaměstnanci jednou za tři roky. Zasedání rady jsou veřejná a zúčastnit se jich může kdokoliv. Rada funguje v České republice již 14 let a od roku 2005 je součástí Evropské rady zaměstnanců společnosti Coca-Cola HBC, ve které má své zástupce. Rada zaměstnanců každý rok pořádá pro zaměstnance a jejich rodiny různé akce – dětský či sportovní den aj.

Pravidelné průzkumy spokojenosti zaměstnanců

V roce 2014 proběhl průzkum spokojenosti zaměstnanců, který však dostal novou podobu. Nová byla např. struktura otázek, způsob hodnocení i samotná metodika vyhodnocení. S výrazným zapojením celé manažerské obce a za účasti všech zaměstnanců bylo realizováno mnoho aktivit a programů na podporu motivovanosti. Díky takovým aktivitám můžeme považovat výsledky průzkumu v oblasti „ambasadorství“, firemní odpovědnosti a udržitelného rozvoje nebo hodnocení přímého nadřízeného za velmi pozitivní. I v letošním roce je plánována řada akcí, které budou reflektovat výsledky průzkumu, a budou tak nadále podporovat zaměstnance v jejich motivaci a angažovanosti v plnění pracovních úkolů.

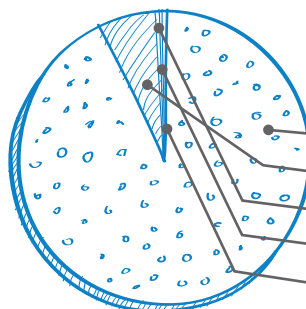


Lidé v číslech



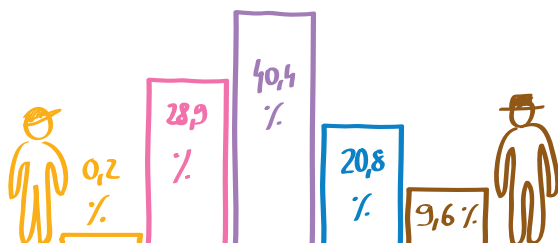
Počet zaměstnanců

Z toho mužů:	587
Z toho žen:	285



Podíl zaměstnanců dle národnosti v České republice

česká	758	93,0%
slovenská	52	6,4%
polská	2	0,2%
vietnamská	2	0,2%
rumunská	1	0,1%



Věková struktura

Do 20 let:	2	0,2%
Do 30 let:	243	28,9%
Do 40 let:	340	40,4%
Do 50 let:	175	20,8%
51 a více:	81	9,6%



Pracovníci a specialisté

Muži:	456
Ženy:	228



Vedoucí pracovníci**

Muži:	131
Ženy:	57

Absence (dny): 4246



Ženy v managementu*

Ženy:	20%
-------	-----



* pouze manažerská populace
** včetně liniových manažerů

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

Alert Driving 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 HBC klade velký důraz na zajištění bezpečnosti svých zaměstnanců a zvláštní pozornost přitom věnuje řízení motorových vozidel, proto jsme se rozhodli

tento program uvést jako povinný pro všechny zaměstnance, kteří jsou aktivními účastníky silničního provozu. V roce 2014 prošlo tímto školením 269 účastníků a tento program samozřejmě bude pokračovat i v dalších letech.

Užíváme 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 a odměněn zaměstnanec, který zadal nejlepší návrh na zlepšení bezpečnosti práce nebo odstranění rizika.

V průběhu celého roku 2014 jsme

- obhájili certifikaci systému OHSAS* 18001
- pokračovali v e-learningovém školení Alert Driving pro řidiče služebních vozidel a proškolili jsme 269 řidičů
- instalovali do služebních vozidel zařízení pro měření rychlosti, bezpečné vzdálenosti a monitoring bezpečné jízdy – „Mobileye“
- realizovali systém Walk The Talk, v rámci kterého jsou manažeři v častějším kontaktu se zaměstnanci a diskutují s nimi o otázkách bezpečnosti práce

- uspořádali informační kampaň pro zaměstnance na téma požární bezpečnost doma a na pracovišti
- vyhodnotili a odměnili 9 nejlepších návrhů na zlepšení bezpečnosti práce
- vyřešili 167 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
- rozsířili 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 třikrát týdně
- zorganizovali Den zdraví, kterého se zúčastnilo 50 zaměstnanců
- provedli školení ergonomie pro pracovníky oddělení služeb zákazníkům

* 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 a zlepšit svoji výkonnost v oblasti bezpečnosti práce. Společnost Coca-Cola HBC Česká republika získala tento certifikát v červnu 2006.

Bezpečnost práce v roce 2014

počet smrtelných úrazů	0
počet vážných pracovních úrazů	0
počet úrazů s prac. nesch. více než 3 dny	7
počet zadaných „skoronehod“ rok	186
počet odstraněných „skoronehod“	167

4.3. „SVĚT“



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

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 ISO 22000, 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 musí každá certifikovaná společnost dodržovat. Všechny tyto normy jsou pravidelně kontrolovány

pomocí auditu nezávislými auditorскими společnostmi. 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 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.

STRATEGICKÉ OBLASTI S VÝZNAMNÝM DOPADEM:

A) Voda

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.

B) Energie a klima

V rámci řízení rizik přijímáme různá opatření související 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.

C) 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.

4.3.a 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 snižovat ještě více. Od roku 2008 do roku 2014 klesl poměr spotřeby vody na 1 litr vyrobeného nápoje o více než 39% díky zavedení nových technologických postupů umožňujících recyklaci vody. Např. vodu použitou na oplachy dopravníků znovu používáme 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. Ty používáme v našem výrobním závodě v Praze-Kyjích:

na dopravnících některých výrobních linek používáme tzv. suché mazání, není tedy nutné používat vodu,

- použitou vodu recyklujeme, tj. používáme ji na další účely, například na mytí přepravek,
- karbonové a polish filtry* jsme oddělili z důvodu optimalizace regeneračních procesů, zejména s ohledem na úsporu spotřeby vody,
- postupně jsme na dvou ze čtyř pískových filtrů 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.

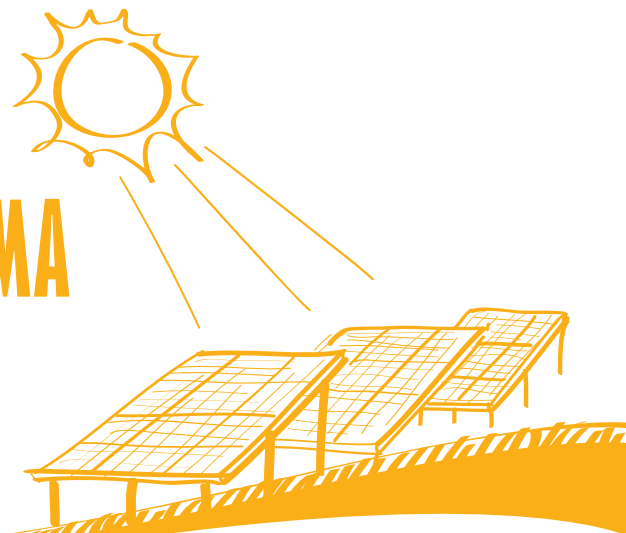
** polish filtr je jednoduše řečeno nerezové síto na zachycování pevných nečistot. V naší technologii je instalován za každým karbonovým filtrem v úpravně vody. Karbonový filtr je tank naplněný tzv. aktivním uhlím, který zbavuje vodu chloru. Polish filtr má za úkol zachytit případné vyplavované částice aktivního uhlí.*

Spotřeba vody v litrech na litr vyrobeného nápoje

2008	– 2,97
2009	– 2,53
2010	– 2,21
2011	– 2,08
2012	– 2,01
2013	– 1,93
2014	– 1,93

4.3.b

ENERGIE A KLIMA



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. I přes provoz této linky jsme od roku 2008 zaznamenali pokles spotřeby energie na 1 vyrobeného nápoje o 17%. Soustavně pracujeme na projektech, které podporují úspory energií, a to skrze investice do nových, šetrnějších technologií:

- ve výrobních halách jsme instalovali osvětlení s automatickou regulací intenzity světla,
- instalovali jsme suché teplotní výměníky určené pro provoz plnicích linek,
- investovali jsme do instalace nové myčky lahví, která oproti původnímu typu odpovídá současným potřebám moderní výrobní linky a mimo jiné je úspornější z hlediska energetické náročnosti,
- instalovali jsme na střechu závodu fotovoltaické panely, jejichž plochu hodláme rozšiřovat,
- používáme on-line monitorovací systém spotřeby energií,
- pravidelně školíme naše zaměstnance a zdůrazňujeme význam jejich osobního přístupu k případným úsporám energií.

Spotřeba energie v MJ na litr vyrobeného nápoje



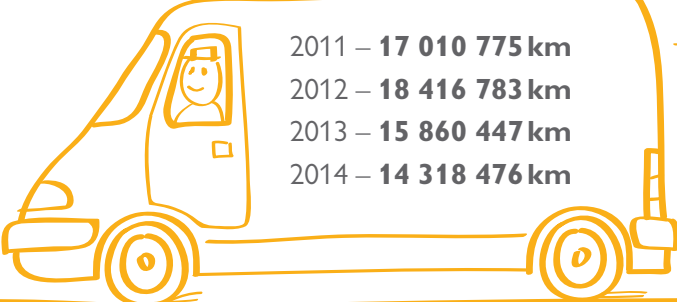
Vozový park

Veškeré dodávky výrobků firmy Coca-Cola HBC Česká republika realizujeme prostřednictvím silniční dopravy. Pro

administrativní a komerční potřeby a stejně tak i pro samotné dodávky výrobků používáme vozidla partnerských firem, se kterými spolupracujeme.

V roce 2014 používala firma celkem 408 automobilů pro administrativní a obchodní účely. Celkem bylo minulý rok spotřebováno 854 142 litrů paliva (u aut do 12,5 t).

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



2011 –	17 010 775 km
2012 –	18 416 783 km
2013 –	15 860 447 km
2014 –	14 318 476 km

Ročně cestou za našimi zákazníky najezdíme celkem **14 318 476 km**. To je obtížné si jen tak představit. Pomůžeme vám:



Je to stejné jako

357x

objet zeměkouli

Nebo více než



6252x

objet po hranici celou Českou republiku

Spotřebované palivo (auta do 12,5 t)



2012 –	1 328 847 litrů paliva
2013 –	1 141 461 litrů paliva
2014 –	854 142 litrů paliva

Průměrná spotřeba paliva (auta do 12,5 t)



2011 –	6,31
2012 –	6,27
2013 –	6,09
2014 –	5,94

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 2014 bylo celkem 113 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.

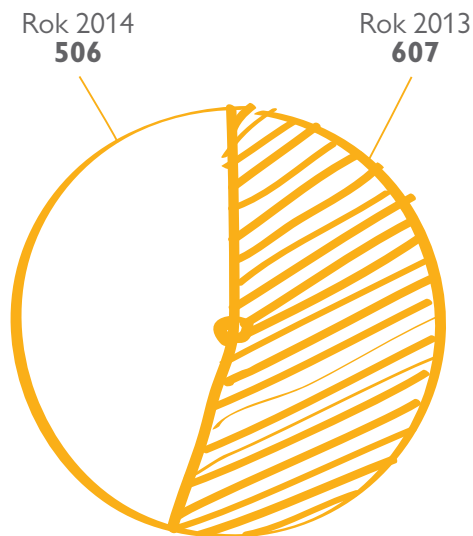
Zařízení na chlazené nápoje

Chladicí zařízení naší společnosti neobsahuje ozon poškozující látky. Podíváme-li se na náš hodnotový řetězec, vidíme, že největší podíl na uhlíkové stopě mají chladiča a energie spotřebovávané našimi chladičnými zařízeními během skladování v obchodní síti. Vzhledem k této skutečnosti spouští firma dlouhodobý program, který se chladičnými zařízeními zabývá v těchto směrech:

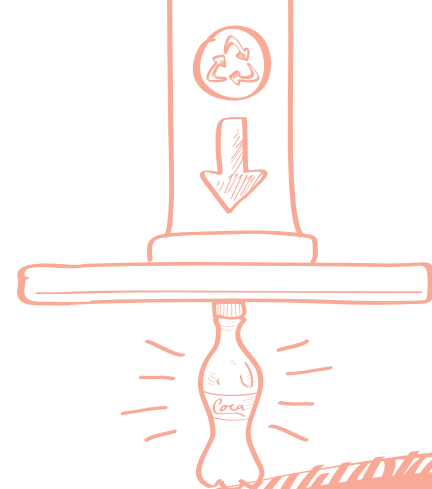
- ✿ Instalace zařízení eco-box na dveřích lednic firmy Coca-Cola HBC Česká republika
- ✿ Nákupy chladičných zařízení bez obsahu HFC od roku 2012 a nahrazení starých zařízení
- ✿ Nákupy chladičných zařízení s lepší energetickou účinností (kdekoli je to možné) od roku 2009
- ✿ Upgrade části osvětlení starých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



Registrované škody a nehody



4.3. OBALY A RECYKLACE



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 vedeme k tomu, aby odpad správně třídili. Kromě naší jednoznačné priority – kvality – usilujeme v rámci stálých inovací také 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).



Takzvaný 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 tzv. preforem 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 %.

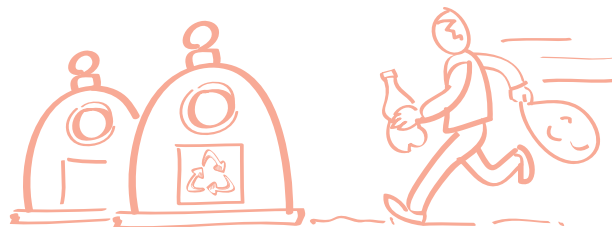
Naše společnost je výrobcem mnoha různých druhů obalů tak, jak je preferují naši spotřebitelé – od vratných skleněných lahví a aluminiových plechovek přes plastové náplně do výčepních zařízení až po kombinované či plastové (PET) obaly. Všechny tyto obaly jsou bez výjimky recyklovatelné. Snažíme se o 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 2014 dosažena celková míra recyklace 75 %, 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.

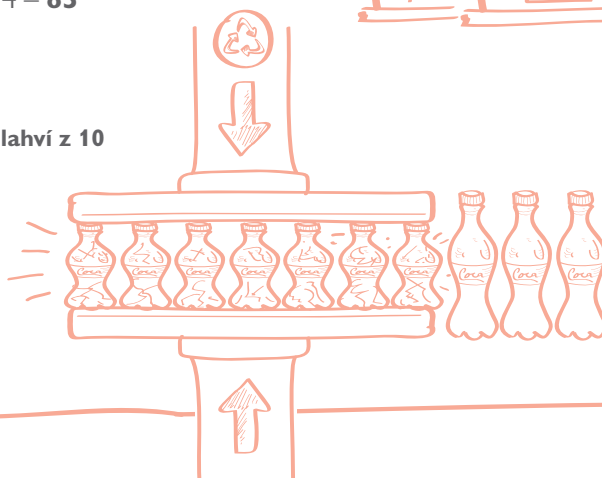
Podíl recyklovaného odpadu z výrobního závodu v %

2008	– 57
2009	– 61
2010	– 65
2011	– 53
2012	– 65
2013	– 70
2014	– 83

Průměrná vzdálenost barevných kontejnerů od českých domácností v metrech v roce 2014: 101 metrů!



V ČR je recyklováno 7 PET lahví z 10



Třídíme odpad, recyklujeme, šetříme energii i paliva – a snižujeme produkci CO₂

Zapojením do Systému sdruženého plnění EKO-KOM a tím i podporou recyklace jsme v roce 2014 ušetřili 478 801 GJ energie, 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 2014 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 celkové snížení produkce skleníkových plynů činí 20 002 tun CO₂ ekv., a tak bylo uspořeno 478 801 GJ energie. To odpovídá emisím CO₂ vyprodukovaným 9402 osobními automobily střední třídy za rok jejich provozu. Námí uspořena 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.



Standardy, certifikáty a 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).

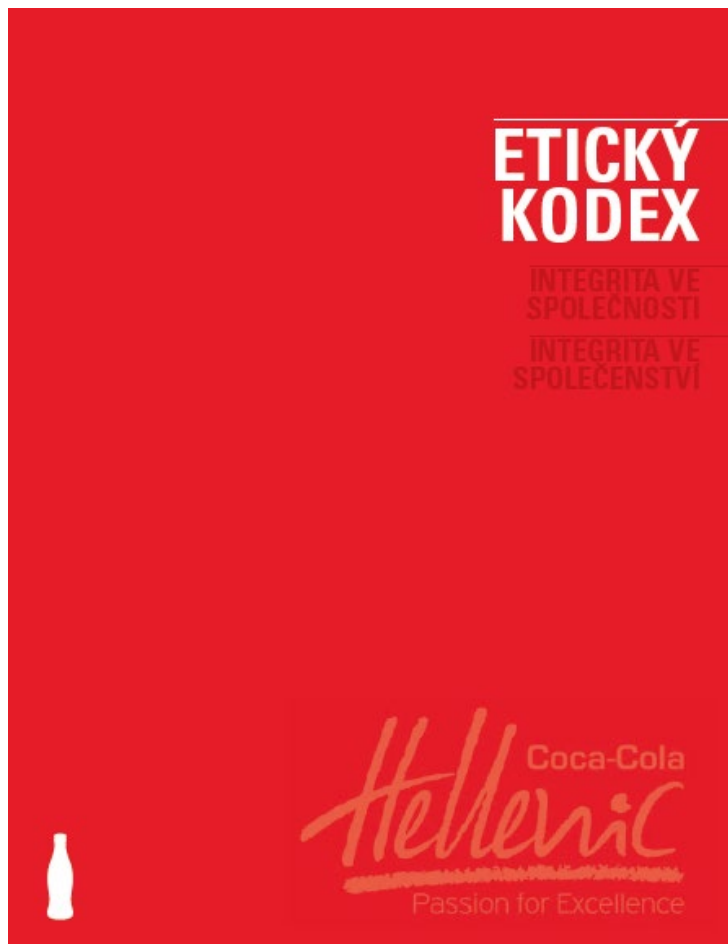
Součástí systému řízení jsou požadavky GFSI (Global Food Safety Initiative) a systému HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points). Veškeré nápoje vyráběné

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)





Chcete u nás pracovat?

Volné pozice najdete na: www.mesicabsolventu.cz, www.coca-colahellenic.cz/kariera



Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o.

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9 – Kyje

IČO: 41189698, DIČ: CZ41189698

Tel.: +420 283 015 111, Fax: +420 281 862 018

E-mail: vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com

www.coca-colahellenic.cz