

Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o.



**Coca-Cola HBC**  
**Česko a Slovensko**

# **ZPRÁVA O SOCIÁLNÍ ODPOVĚDNOSTI 2015**



# Editorial

## **VÁŽENÍ SPOTŘEBITELÉ, OBCHODNÍ PARTNEŘI, DODAVATELÉ, PŘÁTELE A ČTENÁŘI,**

letošní, jubilejní desátá zpráva o sociální odpovědnosti nabízí informace o naší společnosti za rok 2015 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.

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 2015 byla naše skupina Coca Cola HBC vyhodnocena opět jako lídr v kategorii nealkoholických nápojů v rámci indexů DJSI: Dow Jones Sustainability World Index a Dow Jones Sustainability Europe Index. Získali jsme i vynikající hodnocení v oblasti projektů zaměřených na informace o emisích uhlíku

a byli jsme zařazeni do globálního seznamu CDP Climate Performance Leadership Index 2015 (index společností, které vyvíjejí největší úsilí v boji proti klimatickým změnám).

V roce 2015 byly zavedeny a úspěšně certifikovány principy EWS (European Water Stewardship). Jedná se o systém zaměřený na ochranu vodních zdrojů podporovaný politikou EU a náš pražský závod získal Golden Status.

Naše zprávy o sociální odpovědnosti už deset 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, a že naše aktivity v oblasti udržitelnosti jsou plně integrované ve všem, co děláme, ať už v časech lepších, či horších.

Pevně věřím, že tyto informace budou takovýmto dokladem i pro Vás.

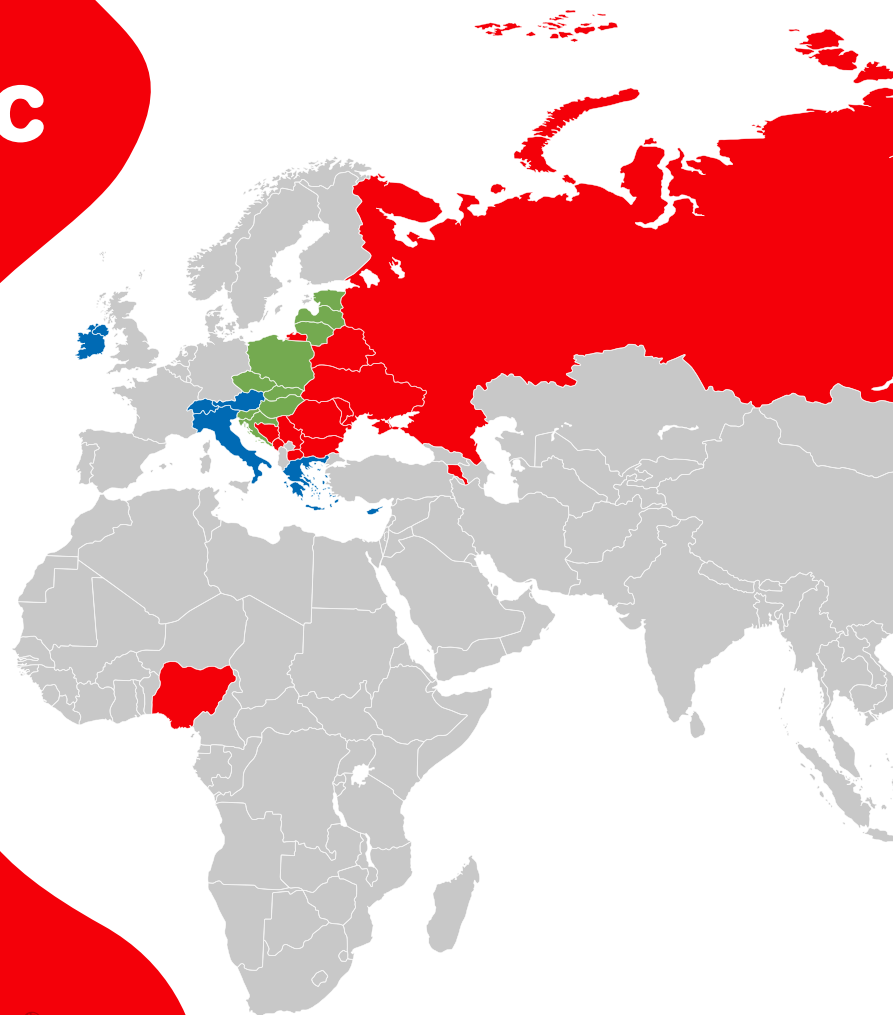
**Tomáš Gawlowski**  
Generální ředitel

# Skupina Coca-Cola HBC



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. Ta operuje ve 28 zemích Evropy, Asie a Afriky a nabízí nápoje více než 590 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.

-  **Stabilní trhy**
-  **Rozvíjející se trhy**
-  **Rozvojové trhy**



# Obsah

- 5 **Historie**
- 7 **Coca-Cola systém**
- 10 **Naše poslání, firemní strategie a hodnoty**
- 11 **Společenská odpovědnost**
- 13 **„JÁ“**
  - 15) **Portfolio výrobků**
    - Novinky roku 2015
    - Nestea a Cappy Ice Fruit se steviol-glykosidy
    - Ingredience obsažené v nealko nápojích
  - 18) **Informovaný výběr a odpovědný marketing**
    - Bezpečnost a kvalita
    - Nutriční značení na etiketách
    - Odpovědný marketing
  - 20) **Aktivní životní styl a zdraví**
- 22 **„MY“**
  - 24) **Podpora rozvoje mladých lidí**
    - Dětské domovy
    - Prohlídka výrobního závodu Praha-Kyje
    - Spolupráce s VŠ
  - 26) **Spolupráce s místními komunitami a neziskovými organizacemi**
    - Neziskové organizace a jiná zájmová sdružení
    - Spolupráce s místními radnicemi
    - Vánoční kamion
  - 28) **Zákazníci**
    - Práce obchodního zástupce
    - Středisko služeb zákazníkům
    - Zákaznický časopis
    - E-shop
- 30) **Naši zaměstnanci**
  - Vzdělávání
  - Orientační program pro nové zaměstnance
  - Odměňování našich zaměstnanců
  - Interní komunikace
  - Rada zaměstnanců
  - Pravidelné průzkumy spokojenosti zaměstnanců
  - Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
  - Lidé v číslích
- 36 **„SVĚT“**
  - 38) **Voda**
  - 39) **Energie a klima**
    - Vozový park
    - Zařízení na chlazené nápoje
  - 42) **Obaly a recyklace**
    - Nakládání s odpady
    - Standardy, certifikáty a pravidla

# 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 plzeňské 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 a v Českých Budějovicích Lift. Významným mezníkem pro rozšíření sortimentu 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 výrob-

ními závody. Cílem bylo transformovat a konsolidovat výrobu Coca-Coly v Československu.

### ● 1991

V tomto roce 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 lidí.

### ● 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 zahájí 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 1 000 pracovníků.



### ● 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 stává generální ředitel Tomáš Kadlec.



### ● 2008

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

# Coca-Cola systém

## 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 a provozujeme deset distribučních a administrativních poboček, jejichž prostřednictvím dovážíme své výrobky obchodním partnerům a díky nim i koncovým spotřebitelům. Zaměstnáváme téměř 1 000 lidí v České republice a na Slovensku, 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



**PARTNEŘI  
UŽ 60 LET**

## 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



## ČESKÁ REPUBLIKA

-  výrobní závod
-  centrální sklad
-  distribuční centrum
-  BBX distribuční centrum
-  překladiště

-  distribuce na překladiště
-  kamionová přeprava

## COCA-COLA HBC ČR V ČÍSLECH:



**50 000**  
zákazníků



**150**  
obchodních  
zástupců



**55 000**  
chladících  
zařízení



**4 905**  
prodejních  
automatů



**2 510**  
postmixů



**207**  
různých  
výrobků  
v prodeji



**290 mil.**  
litrů nápojů  
prodaných  
v roce 2015



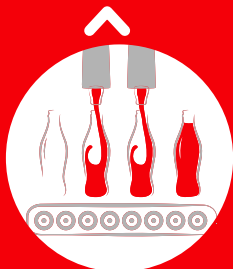
# Cyklus lahve

## NOVÉ TECHNOLOGIE:

Od r. 2008 do r. 2015 klesl poměr spotřeby vody na 1l vyrobeného nápoje o více než **43 %**



PORTFOLIO



VÝROBNÍ LINKA,  
PLNĚNÍ LAHVÍ

Ochrana vodních zdrojů, šetření vody a energie

Naši zaměstnanci

- průzkum motivovanosti
- BOZP
- interní komunikace
- personální ukazatele



SKLAD



DISTRIBUCE



ZÁKAZNÍK

Komunikace se zákazníky:  
více než 1 milion  
hovorů ročně

- call centrum
- web portál
- časopis
- e-shop



SPOTŘEBITEL

Pomáháme  
místním komunitám

Informovaný výběr

- odpovědný marketing
- aktivní životní styl a zdraví



COCA-COLA HBC,  
VÝROBNÍ ZÁVOD



EKO-KOM, RECYKLACE

Tříděním odpadu snižujeme  
produkcí CO<sub>2</sub>

# 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“, tedy 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.

## VÍTĚZÍME S NAŠIMI ZÁKAZNÍKY

Naši zákazníci jsou v srdci všeho, co děláme.

## AUTENTICITA

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

## JSME JEDEN TÝM

Věříme v sílu týmové  
práce.

## NAŠE HODNOTY

## ZAJÍMÁME SE O NAŠE LIDI

Důvěřujeme našim lidem,  
rozdíváme je a dáváme  
jim odpovědnost.

## DOKONALOST

Chceme udivovat rychlostí  
a zaujetím pro práci.

## STÁLE SE UČÍME

Nasloucháme druhým  
a jsme přirozeně  
zvědaví.

# 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 pro 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 2015 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 2015 (index společností, které vyvíjejí největší úsilí v boji proti změně klimatu).



## 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. 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.

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 možnost informovaného spotřebitelského výběru a pochopení naší práce prostřednictvím různých aktivit (např. podpory sportovních organizací a aktivního životního stylu či odpovědných marketingových kampaní).

## 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 a 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.



„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 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.

## **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.

# Portfolio výrobků

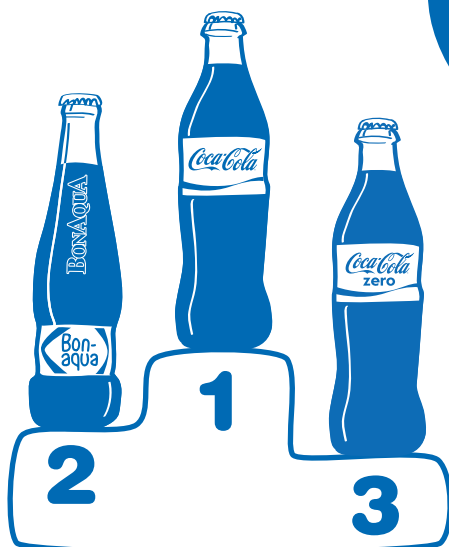


## ŠIROKÝ VÝBĚR NÁPOJŮ, VČETNĚ VÝROBKŮ S NÍZKÝM A NULOVÝM OBSAHEM KALORIÍ

V naší nabídce lze nalézt sycené 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 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 stévii zaznamenáváme rostoucí zájem a poptávku po progresivních výrobcích se sníženým energetickým obsahem. Nabídku proto budeme dále rozšiřovat.



## TOP 3 značky



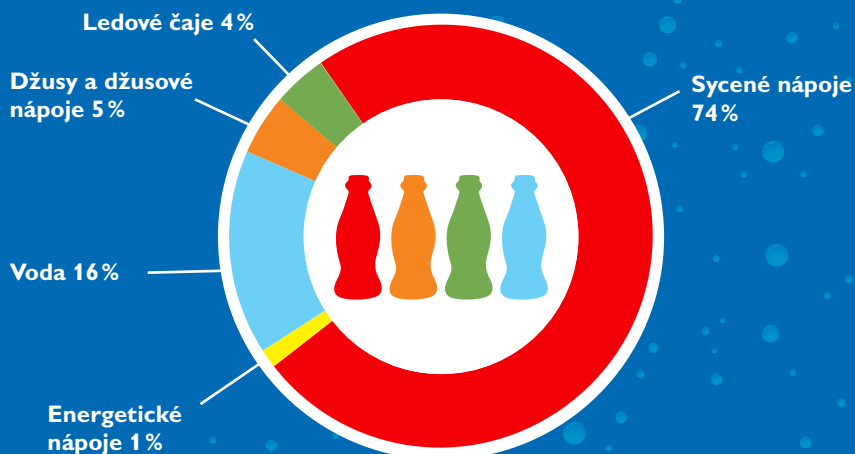
2015	Objem prodeje (l)
Coca-Cola	139 072 954
Bonaqua	44 524 407
Coca-Cola Zero	19 981 072

## NOVINKY ROKU 2015

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

- Cappy Pulpy Grep 1 l
- Cappy Pulpy Broskev 330 ml a 1 l
- Bonaqua Angrešt & černý rybíz 1,5 l
- Bonaqua Kokos & malina (limitovaná edice)
- Monster balení 4 × 500 ml
- Monster Mega plechovka 553 ml
- Nestea Mountain Forest 1,5 l
- Nestea Bezový květ & hrozno 0,5 l, 1,5 l
- Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta Orange, Sprite 1,25 l
- Coca-Cola Zero, Fanta Orange, Sprite plechovka 4 × 330 ml
- Coca-Cola ALU lahve 250 ml
- Coca-Cola plechovka 500 ml

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





## NESTEA A CAPPY ICE FRUIT SE STEVIOL-GLYKOSIDY

V roce 2012 byl na český trh uveden první výrobek se steviol-glykosidy – ledový čaj Nestea s o 30 % nižším obsahem cukru, ale se stejně skvělou chutí. Steviol-glykosidy jsou sladidlo získávané z rostliny Stevia rebaudiana, 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 steviol-glykosidů v nápojích povoleno také v Evropské unii. V roce 2014 jsme začali toto sladidlo používat ve všech ledových čajích Nestea a Cappy Ice Fruit.



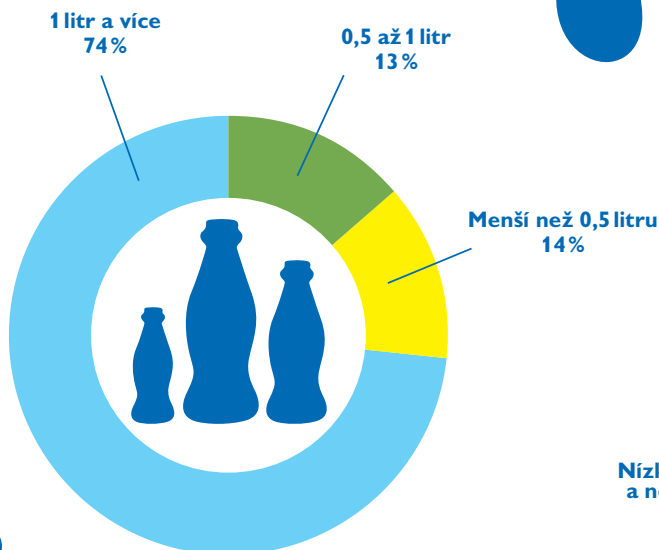
### INGREDIENCE OBSAŽENÉ V NEALKO NÁPOJÍCH

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.

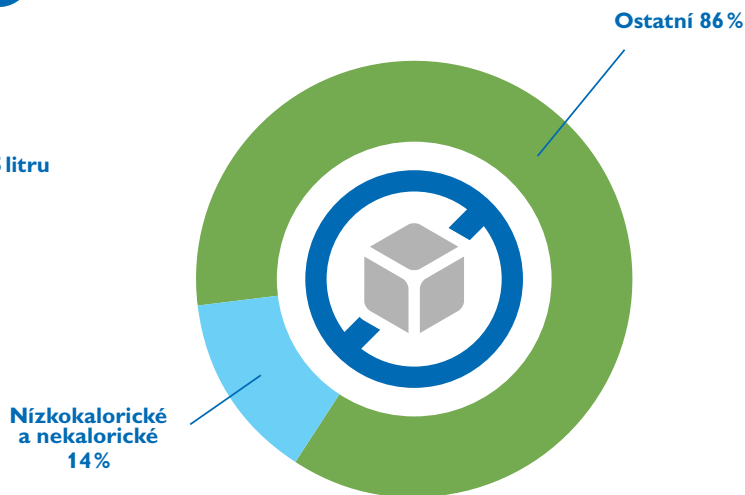
Mezi ingredience obsažené v našich nápojích patří i cukr, kofein, přírodní aroma a nízkokalorická či bezkalorická sladidla.

V našich perlivých nápojích používáme fruktózo-glukózový sirup vyráběný z kukuřice (směs 51 % fruktózy a 49 % glukózy) 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 bezpečná ingredience. Při výrobě nápoje Coca-Cola používáme také karamelové barvivo (E 150d) a kyselinu fosforečnou (E 338).

### Velikost prodáváných balení



### Podíl prodáných nápojů s nízkokalorickými a nekalorickými sladidly ze všech sycených nealko nápojů



# Informovaný výběr a odpovědný marketing

Poskytujeme maximum informací o ingrediencích a nutričním obsahu našich nápojů.

## BEZPEČNOST A KVALITA

Výrobní závody 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, podávat všechny potřebné informace.

Například údaj „Doporučené denní množství“, označovaný 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 2 000 kalorií denně.

\* UNESDA: Union of European Beverages Associations (Konfederace evropských asociací výrobců nealkoholických nápojů).

**2L** *Coca-Cola*

ČE: Limonáda s kolovou příchutí, SK: Limonáda s kolovou príchuťou, CZ: Sladká voda, trvanlivé-pitná voda, sódová voda, ČE: Sladká, kyselin: kyselina fosforečná, příchutí ovocná kolová, trvanlivé, SK: Trvanlivá voda, trvanlivé-pitná voda, sódová voda, trvanlivé, ČE: Sladká, kyselina: kyselina fosforečná, příchutí ovocná kolová, trvanlivé, SK: Mliečna trvanlivá do veľkého balenia, ČE: Uchovávejte v chladu a suchu, nepoužívejte přímou sluneční energii. Po otevření uchovávejte v lednici a spotřebujte do 3 dnů, SK: Skladujte v suchu. Nevytvárajte plynové bublinky. Dátum: Po otvorení uchovávať v chladničke a spotrebovať do 3 dní, CZ: Se souhlasem The Coca-Cola Company, SK: So souhlasom The Coca-Cola Company.

	100 ml	250 ml	(%*)
Energetická hodnota:	100 kJ / 23,9 kcal	250 kJ / 60,0 kcal	(6%)
Tuky:	0 g	0 g	(0%)
z toho nasycené mastné kyseliny / z toho nasycené mastné kyseliny:	0 g	0 g	(0%)
Sacharidy:	11,2 g	28 g	(11%)
z toho cukry:	11,2 g	28 g	(11%)
Bílkoviny / Bielekoviny:	0 g	0 g	(0%)
Sůl / Soľ:	0 g	0 g	(0%)

(\*) Referenční hodnota příjmu u průměrné dospělé osoby (8400 kJ / 2000 kcal). / (\*) Referenčný príjem priemerného dospelého (8400 kJ / 2000 kcal). 2 L = 6 x 250 ml

**Rovnováha  
+  
Různorodost  
+  
Střídmost  
+  
Aktivní životní styl  
=  
Zdravý život**



**Nízkokalorická  
a bezkalorická  
sladidla  
=  
Mezinárodně  
zkoumaná  
=  
Bezpečné  
ingredience**

## 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;
- vystřihává 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 na 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 uznávané 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 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.

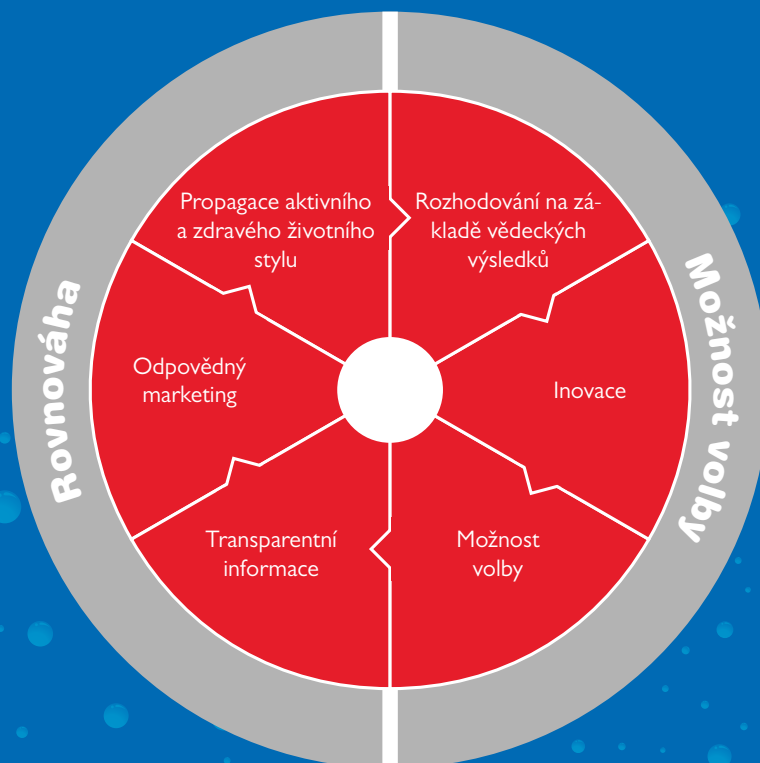
# Aktivní životní styl a zdraví



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 je již tradičním partnerem mnoha světových sportovních událostí – za všechny jmenujme olympijské hry (od roku 1928) či dlouholetou spolupráci s fotbalovou asociací FIFA (od roku 1978).

## Náš přístup ke zdravému životnímu stylu





## COCA-COLA CUP

Největší místní aktivitou, jakou Coca-Cola HBC Česká republika vyvíjí v oblasti sportu, je **Coca-Cola Cup (známý jako 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. Čtrnáctého ročníku se v roce 2015 zúčastnilo 901 týmů, což je téměř 13 500 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 Cup se odehrávají na standardních fotbalových hřištích. Vítězné mužstvo je vždy odměněno atraktivní cenou. Ambasadorem celého projektu se stal nejlepší střelec české fotbalové reprezentace **Jan Koller**.

A stylized illustration featuring a hand pouring orange liquid into a container. The liquid is depicted with a wavy, bubbly surface. The text "„My“" is written in white, bold, sans-serif font across the middle of the liquid. The background is white, and the overall color palette is orange and white.

„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, a bereme v úvahu jejich pohled a potřeby při našem podnikání. 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.

#### **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.

# 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 pro děti, podporujeme vzdělávání dětí 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 1 500 studentů a učitelů.



## SPOLUPRÁCE SE SŠ

Naše společnost v roce 2015 navázala spolupráci s **neziskovou vzdělávací organizací JA CZECH, kterou v roce 1992 založil pan Tomáš J. Baťa s cílem poskytnout mladým lidem praktické ekonomické vzdělání, rozvíjet jejich znalosti a dovednosti, inspirovat je a podporovat v aktivním přístupu k životu. Aktivně jsme podpořili 20. ročník soutěžního veletrhu JA STUDENTSKÁ FIRMA ROKU, kterého se účastnilo 41 studentských JA Firem v doprovodu vyučujících.** Studenti v rámci tohoto programu zakládají vlastní skutečnou obchodní společnost, která funguje pod vedením učitele a konzultanta. JA Firma umožňuje účastníkům proniknout do problematiky fungování společnosti od jejího založení až po likvidaci. Jedná se o reálnou činnost, nikoliv fiktivní. Studenti se učí nejen všechny nutné administrativní postupy při zakládání firmy, ale i přijímat rozhodnutí nebo zapojit společenskou odpovědnost do svého podnikání.

## 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. IAESTE, ale s vybranými univerzitami komunikujeme i přímo. IAESTE je organizace sdružující studenty technických univerzit v 86 zemích světa s cílem zajistit mezinárodní výměnný program stáží, který pomáhá studentům s jejich profesním a osob-

ním rozvojem. 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. 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 2016, který se uskutečnil mezi 8 600 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 2. místě a zlepšila tak svoji pozici o jednu příčku. Výsledek je pro nás potěšením, ale i výzvou, abychom pokračovali v práci se studenty a trainees intenzivně dál!



# 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 Terezy 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 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.



## 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 2015 se oslav Dětského dne zúčastnilo zhruba 350 dětí a 40 dobrovolníků z našich řad! Naše partnerství s místní samosprávou je dále rozvíjeno spoluprací na kulturních a sportovních akcích, jejichž pořadatelem 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 čarodějnic.

## VÁNOČNÍ KAMION

Každý prosinec od roku 2000 se 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 chce nějaké město 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 320 000 Kč.



# 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 nejvhodnější 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 v zařízení uspořádat 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 a 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, a přijme více než 350 000 hovorů. Za rok jich realizuje více než milion.



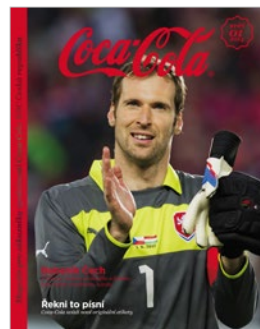


## ZÁKAZNICKÝ ČASOPIS

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 a 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.



# 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 ujistění, že jsme strategickým partnerem pro všechny naše zákazníky. Diverzita a začleňování nám v naší práci také pomáhají stimulovat různé cesty přemýšlení a přinášejí inovace. To přitahuje další příležitosti. Aby vzrostlo porozumění a angažovanost, podporujeme výměny talentů mezi kulturami a zeměmi.

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.

## 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
- pomáháme si 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

## UČÍME SE A ROZVÍJÍME PROSTŘEDNICTVÍM

**ZKUŠENOSTÍ**  
70%

**LIDÍ 20%**

- Koučink
- Mentoring
- 360° zpětná vazba

**KURZŮ 10%**

- Leadership a manažerské dovednosti
- PC kurzy
- Finanční akademie
- Leading with Presence

### VZDĚLÁVÁNÍ

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 práci, 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 sebevědomí, 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 posílení leadershipu a zlepšení manažerských dovedností (nabízíme např. tréninky Passion to Lead pro začínající lídry, LEAP program pro zkušené manažery a lídry, cyklus prezentačních dovedností, komunikaci v obtížných situacích a další) nebo posílit další znalosti (např. práci na PC nebo technickou odbornost). 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.

### ORIENTAČNÍ PROGRAM PRO NOVÉ ZAMĚSTNANCE

V roce 2015 jsme začali pracovat na projektu, který se zaměřoval na aktualizaci onboarding procesu. Pod tento proces spadá nejen program prvního nástupního dne (welcome day), ale též plány zaškolení, buddy program, trénink pro nové manažery a podpora novým manažerům v adaptaci a komunikaci s jejich týmem, intranetové stránky a v neposlední řadě celé spektrum aktivit zaměřené na obchodní oddělení. Cílem je připravit nováčkům takové prostředí, aby se s námi cítili dobře, měli dostatek informací, dostali správné zaškolení na svoji pozici a zejména aby byli motivováni a hrdí zaměstnanci Coca-Cola HBC.





## ODMĚŇOVÁNÍ NAŠICH ZAMĚSTNANCŮ

Odměňování zaměstnanců společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je založeno na principu celkové odměny, v němž je pravidelná fixní mzda základní složkou a 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. Kromě standardních benefitů, jako je kupříkladu 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, zvýhodněné bankovní služby a podobně, mají naši zaměstnanci možnost zapojit se do programu nákupu zaměstnaneckých akcí, 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, 20 nebo 25 let, pravidelně připravujeme slavnostní večer

spojený s poděkováním a předáním odměn. Mezi benefity, které společnost poskytuje pro zlepšení flexibility pracovní doby, patří tzv. home office, tedy možnost občasně práce z domova. Zaměstnanci mohou rovněž využít dvou dnů zdravotního volna, které jsou plně proplácené a nevyžadují potvrzení od lékaře.

## 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, úspěšných 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, ve 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.





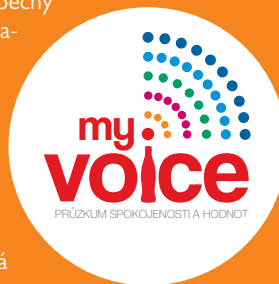
## RADA ZAMĚSTNANCŮ

Rada zaměstnanců ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika reprezentuje a zastupuje zaměstnance, zajišťuje komunikaci mezi nimi a vedením společnosti. Členové rady jsou voleni zaměstnanci na funkční období tří let a v radě jsou zastoupena všechna oddělení společnosti. Rada zaměstnanců umožňuje všem zaměstnancům prostřednictvím svých zástupců přinášet návrhy a doporučení a naopak členové zaměstnanecké rady vystupují a hlasují jménem všech zaměstnanců. Zasedání rady probíhají pravidelně každý měsíc, jsou veřejná a zúčastnit se jich může kdokoliv. V roce 2015 proběhly plánované volby po uplynutí tříletého volebního období a po splnění všech nároků byla v listopadu ustanovena nová rada zaměstnanců. Od roku 2005 má rada své zástupce také v Evropské radě zaměstnanců společnosti Coca-Cola Hellenic. V roce 2015 hostila každoroční zasedání Evropské rady zaměstnanců právě Česká republika. Rada zaměstnanců každý rok pořádá nebo se podílí na pořádání různých akcí pro naše zaměstnance a jejich rodiny – jako příklad můžeme uvést pravidelné akce typu dětský či sportovní den nebo tzv. „Kýje Run“, jehož výdělek byl následně předán zaměstnancům jednotlivých lokací na zvelebení pracovního prostředí.



## PRAVIDELNÉ PRŮZKUMY SPOKOJENOSTI ZAMĚSTNANCŮ

I v roce 2015 se již tradičně konal průzkum spokojenosti a motivovanosti zaměstnanců, kterého se účastnilo kolem 990 pracovníků. Mezi největší úspěchy průzkumu lze zařadit dosažený výsledek ukazatele měřícího celkovou angažovanost zaměstnanců, který dosáhl 84 %, a je tak celá 3 % nad průměrnou hodnotou globálního ukazatele firem v sektoru FMCG. S výrazným zapojením celé manažerské obce a za účasti všech zaměstnanců bylo realizováno mnoho aktivit a programů na podporu motivovanosti. I v letošním roce je plánována řada akcí, které budou reflektovat výsledky průzkumu.



## 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 řídicí 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 řídicí 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 zavést jako povinný pro všechny zaměstnance, kteří jsou

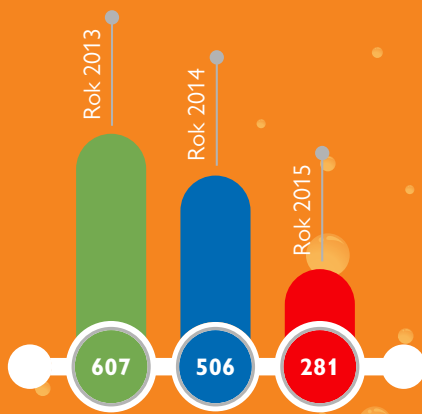
### Bezpečnost práce v roce 2015

- 4 počet úrazů s pracovní neschopností delší než 3 dny
- 470 počet zadaných „skoronehod\*\*“ za rok
- 314 počet odstraněných „skoronehod“
- 345 počet WTT (Walk The Talk)
- 95 počet Toolbox Talks

\*Skoronehody – systém prevence nehod a včasného odhalování potenciálního nebezpečí.

aktivními účastníky silničního provozu. V roce 2015 jsme rozšířili zavedený systém seznamování a diskuse o možných rizicích na pracovišti na obchodní oddělení, kde byla představena různá témata z oblasti bezpečného chování při řízení firemního motorového vozidla – jde o tzv. Toolbox Talks.

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.



**Registrowané škody a nehody**

### V průběhu celého roku 2015 jsme

- obhájili certifikaci systému OHSAS\* 18001
- absolvovali a úspěšně obhájili plnění požadavků TCCC při neohlášeném auditu
- pokračovali v e-learningovém školení Alert Driving pro řidiče služebních vozidel a proškolili dalších 103 řidičů
- v 86,5% služebních vozidlech je nainstalované zařízení Mobileye pro měření rychlosti, bezpečné vzdálenosti a monitoring bezpečné jízdy. I díky tomuto zařízení se výrazně snížil počet dopravních nehod. V porovnání s rokem 2013, kdy bylo zahájeno používání tohoto zařízení, klesl počet nehod o 72%
- pokračujeme v realizaci systému Walk The Talk, v rámci kterého jsou manažeři v častějším kontaktu se zaměstnanci a diskutují s nimi o otázkách bezpečnosti práce
- rozšířili jsme systém Toolbox Talks na obchodní oddělení
- uspořádali informační kampaň pro zaměstnance na téma „První pomoc zachraňuje lidské životy“
- vyhodnotili a odměnili nejlepší návrh na zlepšení bezpečnosti práce



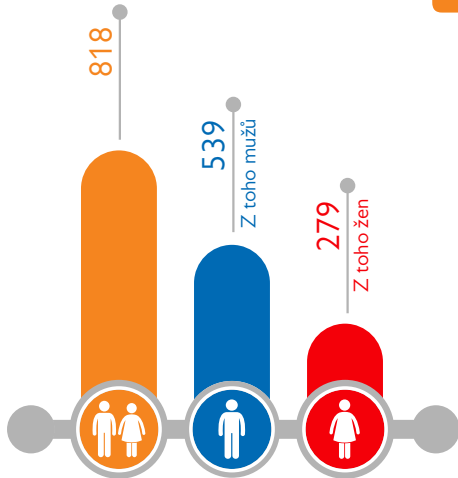
### V rámci programu ochrany zdraví jsme

- nabídli zaměstnancům bezplatné očkování proti chřipce
- umožnili bezplatné absolvování kurzu první pomoci pro zaměstnance
- pokračovali v poskytování 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
- zakoupili nové lékárničky první pomoci
- zorganizovali Den zdraví

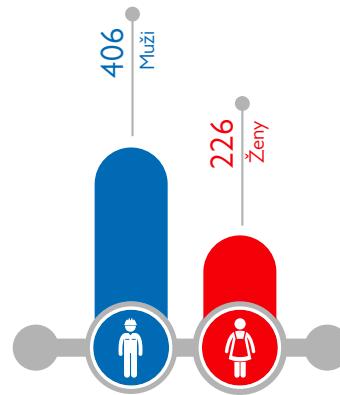
\*OHSAS je zkratka pro Occupational Health and Safety Assessment Series, což je systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Ten stanovuje požadavky na systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, pomocí něhož může firma řídit svá rizika pro bezpečnost a ochranu zdraví a zlepšit svoji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

# Lidé v číslech

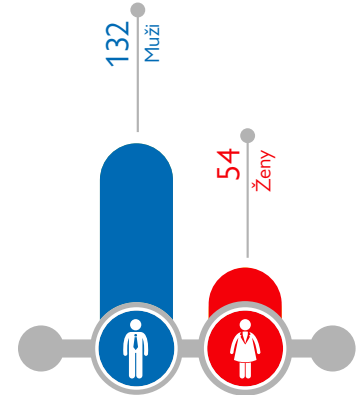
COCA-COLA HBC ČESKÁ REPUBLIKA



POČET ZAMĚSTNANCŮ

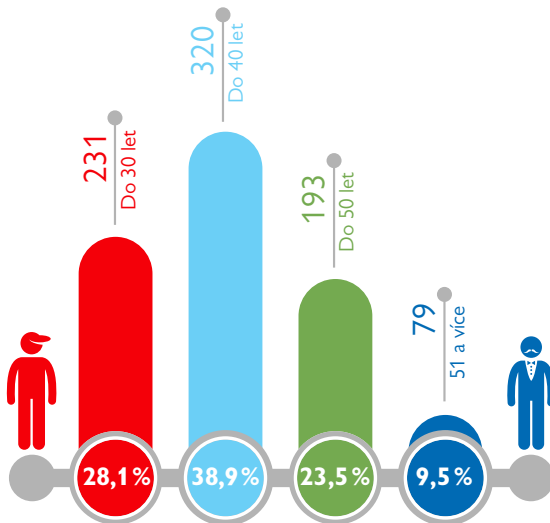


PRACOVNÍCI A SPECIALISTÉ

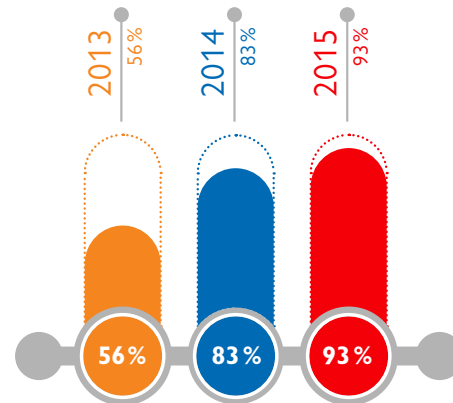


VEDOUcí PRACOVNÍCI

(včetně liniových manažerů)



VĚKOVÁ STRUKTURA



KLÍČOVÍ LIDÉ NA KLÍČOVÝCH POZICÍCH

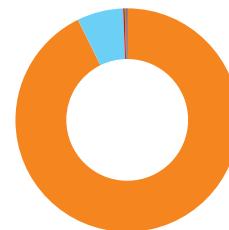


ABSENCE (DNY)



ŽENY V MANAGEMENTU

(pouze manažerská populace)



Národnost	Podíl (%)
česká	758 92,7%
slovenská	54 6,7%
polská	2 0,2%
vietnamská	2 0,2%
rumunská	1 0,1%
ruská	1 0,1%

PODÍL ZAMĚSTNANCŮ DLE NÁRODNOSTI



„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 a 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 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 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.

# 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 2015 klesl poměr spotřeby vody na 1 litr vyrobeného nápoje o více než 43 % díky zavedení nových technologických postupů umožňujících recyklaci vody. Např. vodu po-užitou 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. Investujeme do modernizace zařízení s vyšší efektivitou využívání vody a dalších médií – např. nová myčka skleněných lahví.

## 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  
2015 – 1,68

### A 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 (voda z tunelového pasteru),
- karbonové a polish filtry\* jsme oddělili z důvodu optimalizace regeneračních procesů, zejména s ohledem na úsporu spotřeby vody,
- výplachovou vodu z plnicí linky na výrobu plechovek dále používáme při provozu tunelového pasteru,
- 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 úpravě vody. Karbonový filtr je tank naplněný tzv. aktivním uhlím, který zbavuje vodu chloru. Polish filtr má za úkol zachytit případně vyplavované částice aktivního uhlí.

V roce 2015 byly zavedeny a úspěšně certifikovány principy EWS (European Water Stewardship). Jedná se o systém zaměřený na ochranu vodních zdrojů podporovaný politikou EU. Byla provedena rozsáhlá studie a analýza rizik vodních zdrojů relevantních pro výrobní závod v Praze-Kyjích a přijata opatření pro eliminaci rizik vyplývajících z provozních činností našeho závodu. Studie stanovila postupy pro sdílení informací a používaných postupů příležitostí v rámci systému Coca-Cola HBC. Pražský závod získal Golden Status.



Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o., odebírá pitnou vodu a odvádí odpadní vody na základě platné smlouvy se společností Pražské vodovody a kanalizace, a.s. V areálu není oddělena splašková a technologická kanalizace. Odpadní voda je vypouštěna do vnitřní kanalizace ústící do veřejné kanalizace. Kanalizací pro veřejnou potřebu putují odpadní vody již ve správě Pražských vodovodů a kanalizací, a.s., k čištění na ÚČOV Praha. Dešťové vody jsou vypouštěny do oddělené dešťové kanalizace ve správě Pražských vodovodů a kanalizací, a.s. Vody prochází před vlastním vypouštěním přes odlučovače ropných látek.

# 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 l vyrobeného nápoje o 30 %. 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 láhví, která na rozdíl od původního 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.



Coca-Cola HBC Česká republika zavedla v roce 2015 systém hospodaření s energiemi a byla úspěšně certifikována dle ISO 50001.

## 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 výrob-

ků používáme vozidla partnerských firem, se kterými spolupracujeme. V roce 2015 používala firma celkem 395 automobilů pro administrativní a obchodní účely. Celkem bylo minulý rok spotřebováno 767 349 litrů paliva (u aut do 12,5 t).



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



Ročně cestou za našimi zákazníky najezdíme celkem **12 997 293 km**. To je obtížné si jen tak představit. Pomůžeme vám:



Je to stejné jako

**325x**

objet zeměkouli



Nebo více než

**5 500x**

objet po hranici celou Českou republiku

**Spotřebované palivo**  
(auta do 12,5t)



**Průměrná spotřeba paliva**  
(auta do 12,5t)

2012 – 6,27 l/100 km
2013 – 6,09 l/100 km
2014 – 5,94 l/100 km
<b>2015 – 5,90 l/100 km</b>





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. Téměř 100 % našich vozidel jezdí na naftu, neboť naftové motory se vyznačují nízkou spotřebou paliva.

V roce 2015 bylo celkem 293 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

V roce 2015 bylo u zákazníků na trhu v CZ 55 000 kusů chladicích.

I v tomto roce byly podniknuty další kroky k podstatnému snížení přímých emisí skleníkových plynů a komplexní zmenšení uhlíkové stopy napříč všemi procesy.

Pro rok 2015 byl představen tzv. „ICOOL concept“, kde je pro technické požadavky všech nově nakupovaných chladicích zařízení stanoveno mimo jiné:

- chlazení bez HFC včetně přechodu na použití pěnové izolace bez HFC (HFC free)
- použití přírodního chladicího média k nahrazení a ukončení používání HFC ve všech nových chladicích zařízeních
- snížení hlučnosti (Reduced noise)
- nižší spotřeba elektrické energie (Reduced energy)
- LED osvětlení (LED lighting)
- nejlepší ve třídě spotřeby energie (Best in class energy consumption)



Všechna nově nakupovaná chladicí zařízení jsou od roku 2015 striktně HFC-free. Chladicím médiem je nově CO<sub>2</sub>, který se řadí mezi přírodní chladiva, protože se vyskytuje volně v přírodě, je současně přirozenou složkou biosféry Země a relativně neškodný. Oxid uhličitý nepoškozuje ozonovou vrstvu a má nízký skleníkový efekt. Případné emise CO<sub>2</sub> použitého v chladicím okruhu do atmosféry se považují za vyrovnanou bilanci, protože byl předtím CO<sub>2</sub> odebrán jako odpad z jiných výrobních procesů.



# Obaly a recyklace



## 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 zaměstnance 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 snížili hmotnost uzávěrů PET lahví a následně snížili i hmotnost tzv. 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. Během výrobního procesu je podle velikosti preformy přidáváno dalších 10–20% recyklátu.

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 97 metrů. V systému EKO-KOM byla v uplynulém roce 2015 dosažena celková míra recyklace 76%, přičemž plasty jsou recyklovány v míře 69% a PET materiál jako součást této skupiny dosahuje téměř sedmdesáti procent. Všeobecně lze říci, že v ČR je recyklováno sedm PET lahví z deseti, což staví Českou republiku na úroveň srovnatelnou s nejlepšími zeměmi EU.

## Podíl recyklovaného odpadu z výrobního závodu v %



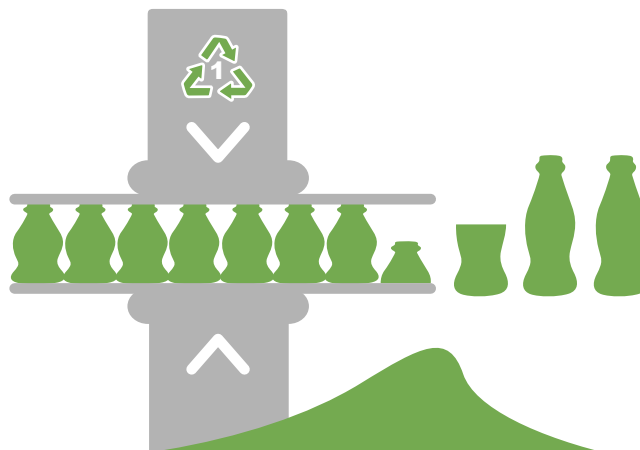
2008 – 57  
2009 – 61  
2010 – 65  
2011 – 53  
2012 – 65  
2013 – 70  
2014 – 83  
**2015 – 88**



## Průměrná vzdálenost barevných kontejnerů od českých domácností v metrech v roce 2015:

97 m – asi 2 minuty chůze.  
Na jedno sběrné místo připadá v průměru pouhých 131 obyvatel.  
V jiných zemích jsou to stovky, někde dokonce tisíce lidí.

V ČR je recyklováno  
**7,5 PET lahve z 10**



## TŘÍDĚNÍM ODPADU SNIŽUJEME PRODUKCI CO<sub>2</sub>

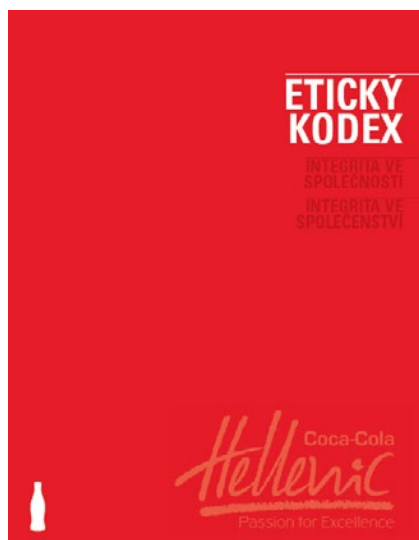
Coca-Cola HBC Česká republika je zapojena do Systému sdruženého plnění **EKO-KOM** a i tím podporuje recyklaci obalových materiálů. Díky příspěvku společnosti Coca-Cola HBC Česká republika do systému recyklace za rok 2015 byl zajištěn zpětný odběr a recyklace 5 908 tun obalových odpadů. Tyto odpady by naplnily 3 771 svozových automobilů. Podíl naší společnosti odpovídá zajištění ročního provozu a obsluhy 4 230 barevných kontejnerů na tříděný odpad.

Náš podíl na celkovém snížení produkce skleníkových plynů činí 22 217 tun CO<sub>2</sub> ekv., a tak bylo ušetřeno 499 544 GJ energie. To odpovídá emisím CO<sub>2</sub> vyprodukovaným 10 443 osobními automobily střední třídy za rok jejich provozu. Námí ušetřená energie představuje 970 dnů ekvivalentu spotřeby elektrické energie na veřejné osvětlení v hl. m. Praze. Stanovení konkrétního množství ušetřené energie bylo provedeno tzv. metodou LCA (Life Cycle Assessment), tedy metodou posuzování životního cyklu.



## STANDARDY, CERTIFIKÁTÝ A PRAVIDLA

Firma Coca-Cola HBC Česká republika certifikuje svůj výrobní závod a sklady podle mezinárodních standardů pro řízení kvality (ISO 9001), bezpečnost potravin (ISO 22000), ochrany životního prostředí (ISO 14001), bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (OHSAS 18001), hospodaření s energiemi (ISO 50001) a principů European Water Stewardship (EWS).



Coca-Cola HBC Česká republika byla oceněna za nejlepší přínos v oblasti systému ochrany životního prostředí v rámci celé skupiny Coca-Cola Hellenic. Hodnoceními parametry bylo nejen zlepšení v hospodaření s energií, vodou a v recyklaci odpadů, ale také již zavedené projekty. Ty se zaměřují na stále zlepšování v oblasti udržitelnosti a získávání dalších certifikátů. Coca-Cola HBC Česká republika byla první, která obhájila v rámci skupiny Coca-Cola Hellenic plnění požadavků podle normy ISO 50001 a první získala certifikát.

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:

- Politika vytváření rovných příležitostí
- Politika ochrany životního prostředí
- Politika kvality a nezávadnosti potravin
- Politika řízení změn klimatu
- Politika prevence HIV/AIDS
- Politika ochrany lidských práv
- Politika bezpečnosti a ochrany zdraví při práci
- Pravidla zpracování a recyklace obalového odpadu
- Politika hospodaření s energiemi
- Pravidla bezpečné a ekologické jízdy
- Hlavní zásady pro dodavatele
- Závazek vůči UNESDA
- Pravidla pro geneticky modifikované organismy (GMO)



**Coca-Cola HBC**  
**Česko a Slovensko**

## **Chcete u nás pracovat?**

Volné pozice najdete na: [www.coca-colahellenic.cz/kariera](http://www.coca-colahellenic.cz/kariera), [www.mesicabsolventu.cz](http://www.mesicabsolventu.cz)



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](mailto:vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com)

[www.coca-colahellenic.cz](http://www.coca-colahellenic.cz)