

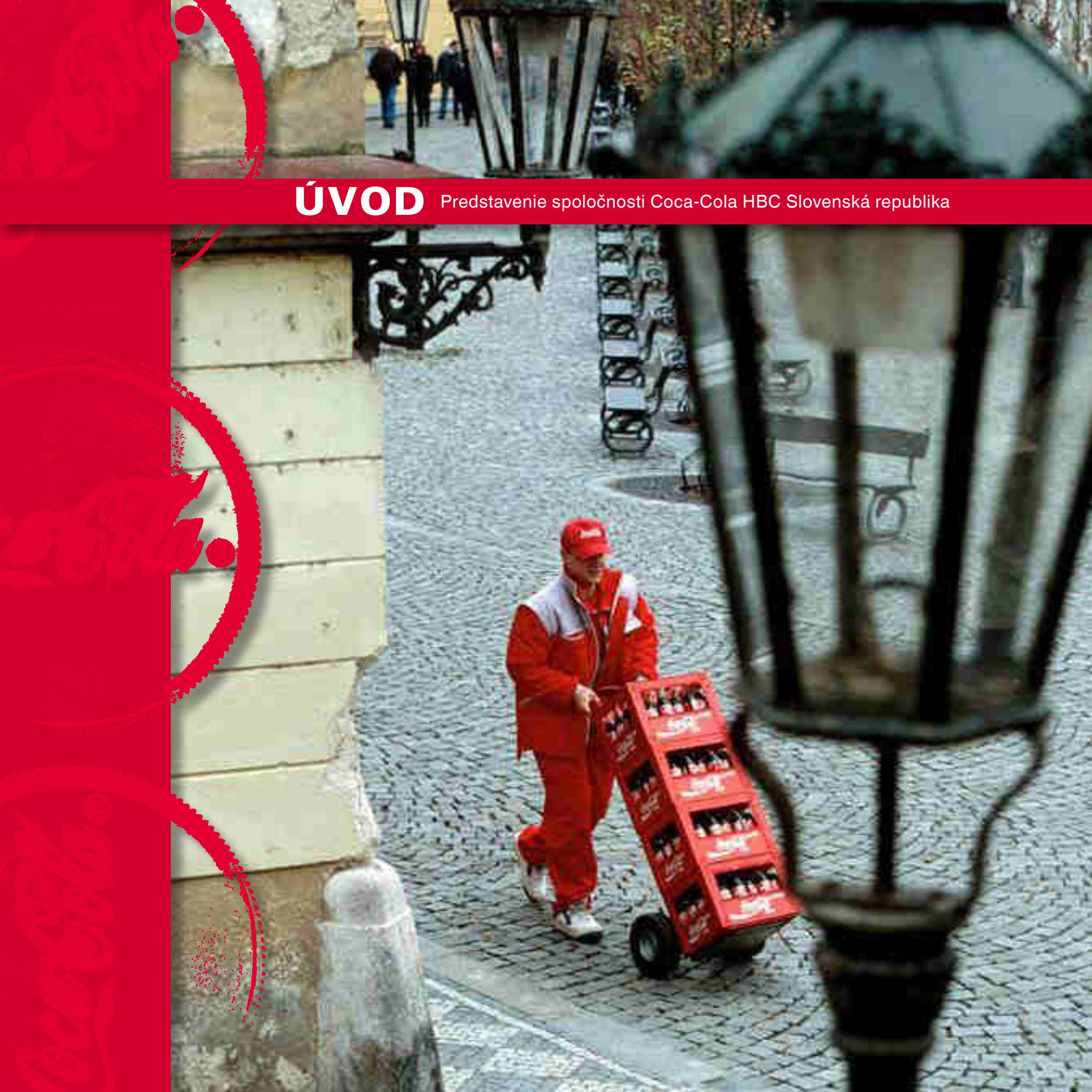


Správa o sociálnej zodpovednosti spoločnosti

2010

Coca-Cola HBC Slovenská republika





ÚVOD Predstavenie spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika



Vážení spotrebiteľia, obchodní partneri, dodávatelia, priatelia a čitatelia,

Je pre mňa veľkým potešením osloviť vás všetkých pri príležitosti už štvrtého vydania našej výročnej správy o sociálnej zodpovednosti. Naša spoločnosť prešla v minulom roku ohromnými zmenami a som osobne veľmi rád, že aj cez ďalšie turbulencie na všetkých trhoch sme rok 2010 zavŕšili ako náš najúspešnejší rok v histórii nášho podnikania na domácom trhu.

Každému racionálne uvažujúcemu subjektu je dnes jasné, že bez snahy o trvalú udržateľnosť nie je šanca na úspešnú budúcnosť. Je mi ctou, že na nasledujúcich stránkach môžeme opäť ako po minulé roky ilustrovať naše odhodlanie dodržiavať etické štandardy, minimalizovať dopady nášho podnikania na okolitý svet a jeho životné prostredie, udržiavať a rozvíjať kolegiálne a korektné vzťahy s našimi zamestnancami, pestovať tímového ducha alebo podporovať regióny, kde podnikáme. Inými slovami zhrnúť všetky naše aktivity, ktoré idú nad rámec legislatívnych požiadaviek a ktoré implementujeme ako spoločensky zodpovedná firma.

Fakt, že naša správa vychádza už po štvrtýkrát, naznačuje aj fakt, že nie sme ovplyvnení krátkodobými trendmi a že v ideu dlhodobej udržateľnosti a ohľaduplnosti voči svojmu okoliu hlboko veríme.

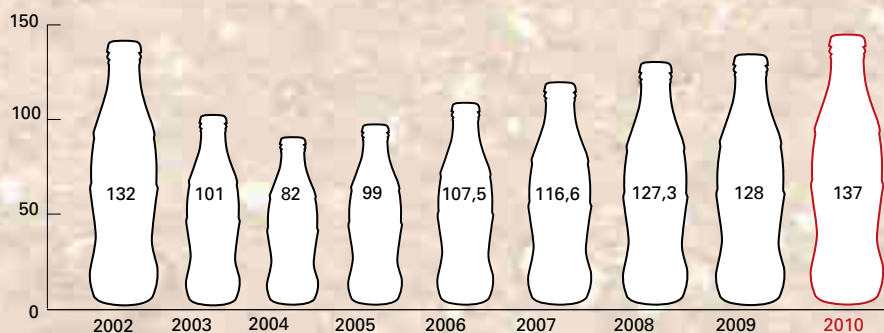
Tomáš Kadlec,
konateľ



Systém Coca-Cola je tvorený po celom svete spoločnosťou The Coca-Cola Company a jej partnermi. **The Coca-Cola Company**, ktorá je vlastníkom značiek a merchandisingových práv, vyrába základné suroviny pre nealkoholické nápoje a vytvára charakter a marketing jednotlivých produktov. Spoločnosť poskytuje jednotlivým výrobným a distribučným organizáciám časovo a územne obmedzené oprávnenie k tomu, aby vyrábali a distribuovali hotové nealkoholické nápoje. V Slovenskej republike je týmto partnerom skupina Coca-Cola Hellenic.

Členom skupiny Coca-Cola Hellenic, jedného z najväčších svetových producentov značkových nápojov spoločnosti The Coca-Cola Company, ktorý operuje v 28 krajinách Európy, Ázie a Afriky a ponúka nápoje viac ako 540 miliónom spotrebiteľov, je Coca-Cola HBC Slovenská republika, s. r. o. Do 19. 3. 2008 pôsobila pod obchodným názvom Coca-Cola Beverages Slovakia, s. r. o.. V Slovenskej republike spolupracujeme takmer s 20 000 zákazníkmi. Prevádzkujeme päť obchodných a šesť distribučných centier, prostredníctvom ktorých dovážame naše výrobky obchodným partnerom a vďaka nim aj konečným spotrebiteľom. Zamestnávame viac ako 500 zamestnancov a na každé naše pracovné miesto nadväzuje niekoľko ďalších u našich dodávateľsko-odberateľských partnerov.

**Predaj nápojov spoločnosti Coca-Cola v miliónoch litrov
v Slovenskej republike**



Poslanie skupiny COCA-COLA HELLENIC

My, zamestnanci skupiny Coca-Cola Hellenic, budeme

- poskytovať osvieženie našim spotrebiteľom;
- partnermi našim zákazníkom;
- vytvárať hodnoty pre našich akcionárov;
- ... a obohacovať život miestnych komunít.



Coca-Cola HBC Slovenská republika, s.r.o.
Tuhovská 1
P.O.BOX 37
831 07 Bratislava

Tel.: +421 2 49 263 111
Fax: +421 2 49 263 114
IČO: 31 340 628
DIČ: SK 2020342280
www.coca-cola.sk



Pracovné prostredie



Životné prostredie



Prostredie trhu



Spolupráca s komunitami

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÁ FIRMA

Cieľom spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika, ako člena skupiny Coca-Cola Hellenic, je byť nielen komerčne úspešnou, ale tiež dodržiavať etické zásady a byť sociálne a ekologicky zodpovednou.

Tento záväzok spoločenskej zodpovednosti je podložený programom Citizenship@Coca-Cola – spoločným prehlásením o záväzkoch a princípoch, ktoré vydala spoločnosť The Coca-Cola Company, Coca-Cola Hellenic a ostatní kľúčoví výrobcovia. Tieto záväzky a princípy sú základom činnosti firmy a tiež základom tejto správy.

Citizenship@Coca-Cola stojí na štyroch základných pilieroch: pracovnom prostredí, životnom prostredí, trhovom prostredí a na spolupráci s miestnymi komunitami.

- **Pracovné prostredie:** vytvárať otvorené a príjemné prostredie, kde pracujú vysoko motivovaní, produktívni a odhodlaní zamestnanci.
- **Životné prostredie:** riadiť naše podnikanie takým spôsobom, ktorý chráni životné prostredie, a integrovať princípy udržateľného rozvoja do rozhodovania a procesov.
- **Prostredie trhu:** ponúkať také produkty a služby, ktoré vychádzajú z potrieb našich spotrebiteľov a pomáhajú predajcom v ich podnikaní.
- **Spolupráca s komunitami:** investovať čas, znalosti a zdroje a byť tým svojmu okoliu nielen ekonomickým prínosom, ale tiež podporovať spoluprácu s miestnymi komunitami pomocou lokálne významných aktivít.



ROZMANITOSŤ A VÝBER

V našej ponuke možno nájsť sýtené nealkoholické nápoje, balené pramenité a minerálne vody a vody s príchuťou, džúsy, nektáre, športové a energetické nápoje, nápoje na báze kávy, čierne a biele ľadové čaje.

Naším cieľom je, aby sme boli na dosah ruky vždy, keď niekto dostane chuť na nealkoholický nápoj, a aby sme vždy ponúkli taký nápoj, ktorý sa pre danú chuť, náladu, príležitosť a životný štýl najviac hodí.





PRACOVNÉ PROSTREDIE





SPOLOČNOSŤ COCA-COLA HBC SLOVENSKÁ REPUBLIKA SA RIADI TÝMITO ZÁKLADNÝMI PRINCÍPMI A PRAVIDLAMI:

- vytvárať silný vzťah s našimi zamestnancami vďaka otvorenej komunikácii;
- jednať so zamestnancami čestne, s úctou a rešpektom;
- riadiť sa zákonmi platnými v Slovenskej republike;
- podporovať sa vzájomne k čo najlepšiemu výkonu;
- odmeňovať zamestnancov na základe ich výkonu;
- ponúkať zamestnancom príležitosť k osobnému a profesionálnemu rozvoju;
- zaisťovať bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci.



PRAVIDLÁ OBCHODNÉHO SPRÁVANIA

Zamestnanci skupiny Coca-Cola Hellenic sa riadia tzv. Pravidlami obchodného správania, ktoré platia pre riaditeľa, vedúcich pracovníkov aj radových zamestnancov skupiny Coca-Cola Hellenic a všetkých jej dcérskych spoločností. Tieto pravidlá pomáhajú zamestnancom konať tak, aby to bolo v súlade so všetkými zákonmi a vnútornými predpismi skupiny Coca-Cola Hellenic. Každý zamestnanec pri nástupe do spoločnosti obdrží jeden výtlačok Pravidiel obchodného správania, do ktorého môže vždy nazrieť, keď si v nejakej situácii nie je istý: čo je a čo nie je konflikt záujmov, akú pozornosť možno prijať a čo je už úplatom, ako používať majetok spoločnosti atď.





Zamestnanci podľa veku:

| | |
|-----------------|-------|
| do 20 rokov | 0,2 % |
| 21–30 rokov | 28 % |
| 31–40 rokov | 45 % |
| 41–50 rokov | 19 % |
| 51 rokov a viac | 7,8 % |

ROZVOJ A OSOBNÝ RAST ZAMESTNANCOV

Veríme, že rozvoj a sebazvedelávanie sú dôležité pre každého zamestnanca, pretože pomáhajú zvyšovať motiváciu a tým zlepšovať výkon. Naším cieľom je pri rozvoji dodržiavať **pravidlo 70–20–10**. Každý zamestnanec by mal mať priestor rozvíjať svoje schopnosti a vedomosti hlavne pri každodennej práci (**70 % rozvoja**) a to vďaka zberaniu skúseností zo zaujímavých a náročných úloh alebo účasťou na projektoch.

Intenzívne budujeme koučinkovú kultúru, a preto zamestnanci majú možnosť využiť pre svoj rozvoj interného alebo externého kouča (**20 % rozvoja**). Cieľom koučovania je pomôcť v dosahovaní pracovných cieľov. Väčšinou sú tieto sedenia zamerané na budovanie sebavedomia, posilnenie motivácie alebo zlepšovanie zručností (napr. riadenie času, komunikácia, budovanie medziludských vzťahov a rozvoj tímov). Zamestnanci sa môžu rozvíjať aj pomocou tréningov (**10 % rozvoja**). Poskytujeme tréningy zamerané na „mäkké“ (napr. prezentačné alebo komunikačné) a „tvrdé“ (napr. zvyšovanie vedomostí práce na PC alebo technické školenia) zručnosti.

Každý novo nastupujúci zamestnanec prechádza vstupným školením, prostredníctvom ktorého sa dozvie všetky dôležité informácie o fungovaní spoločnosti a jednotlivých oddelení. Na väčšinu voľných pozícií sa vypisujú interné výberové konania a každý zamestnanec má možnosť sa do nich prihlásiť.

ODMEŇOVANIE

Odmeňovanie zamestnancov spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika je založené na princípe celkovej odmeny. Celková odmena sa skladá z fixnej mzdy (základná zložka platu), variabilnej zložky (túto časť odmeny môžu zamestnanci ovplyvňovať svojim pracovným výkonom) a nefinačných benefitov. Za jeden z hlavných benefitov považujeme príležitosť na vzdelávanie a rozvoj. Okrem štandardných benefitov, ako je napríklad príspevok na stravovanie a podobne, majú naši zamestnanci možnosť zapojiť sa do programu nákupu zamestnaneckých akcií a priamo sa tak podieľať na výsledkoch celej spoločnosti.





FIREMNÁ KOMUNIKÁCIA

Komunikácia v spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika je otvorená a bezbariérová. Hlavnými komunikačnými nástrojmi sú:

- zamestnanecký časopis Kompas/Coctail, ktorý vychádza štyrikrát ročne a v ktorom sa možno dočítať o novinkách vo firme, o zaujímavých projektoch alebo ľuďoch, o úspechoch obchodných zástupcov na trhu atď.

Magazín vzniká predovšetkým vďaka desiatkam prispievateľov z radov zamestnancov, ktorí sami píšu články o dôležitých a aktuálnych udalostiach na ich oddeleniach;

- intranet, ktorý funguje ako informačný portál. Zamestnanci tu nájdu odkazy do tréningovej aplikácie či na obchodné reporty, ďalej telefónny zoznam, všetky oznámenia o personálnych zmenách a interných konkurzoch na voľné pracovné pozície, multimediálnu knižnicu a mnoho ďalších užitočných a zaujímavých aplikácií a informácií;
- nástenky, na ktorých si i zamestnanci bez prístupu k počítačom môžu prečítať interné oznámenia či konkurzy alebo pozvánky na rôzne firemné akcie.

RADA ZAMESTNANCOV

Rada zamestnancov v spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika reprezentuje zamestnancov a zaisťuje komunikáciu medzi nimi a vedením spoločnosti. Členovia rady sú volení zamestnancami v tajnej voľbe raz za štyri roky. Rada funguje v Slovenskej republike od roku 2003, má 19 členov a je súčasťou Európskej rady zamestnancov skupiny Coca-Cola Hellenic, v ktorej má svojich zástupcov.



BEZPEČNOSŤ A OCHRANA ZDRAVIA PRI PRÁCI

Starostlivosť o bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci a stále zlepšovanie pracovného a životného prostredia sú dôležitou a neoddeliteľnou súčasťou plnenia výrobných a pracovných úloh. Sú súčasťou dobre fungujúcej spoločnosti a my im venujeme náležitú pozornosť. Spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika považuje tieto úlohy za prioritné, a preto vyhlásila v roku 2006 tzv. Politiku BOZP, v ktorej rámci stanovila pre nasledujúce roky hlavné body politiky BOZP a zaviazala sa dodržiavať ich.





V priebehu celého roku 2010 sme...

- ...obhájili certifikáciu systému OHSAS 18001;
- ...rozšírili pokrytie EPS (elektrickej požiarnej signalizácie) na 100 % priestorov výrobného závodu;
- ...rozšírili pokrytie evakuačného rozhlasu na 75 % priestorov výrobného závodu;
- ...zvýšili povedomie zamestnancov v oblasti pracovnej úrazovosti inštaláciou informačných tabúl vo výrobnom závode a pobočke Košice;
- ...rozšírili a zdokonalili bezpečnostné a dopravné značenie v skladoch a na komunikáciách;
- ...nainštalovali autonómny systém merania pracovného ovzdušia vo výrobnom závode.

V rámci programu ochrany zdravia...

- ...dvakrát ročne vykonávame nácvik likvidácie mimoriadnej udalosti spojený s celozávodnou evakuáciou zamestnancov;
- ...zamestnanci zaradení do protipožiarnej a protichemickej hliadky sú dvakrát ročne prakticky pripravovaní na likvidáciu požiaru a likvidáciu úniku chemikálií;
- ...znížili sme úrazovosť o 76 % oproti roku 2009;
- ...organizácia „Deň zdravia s Coca-Colou“ – propagácia BOZP + voľné zdravotné vyšetrenia a prehliadky zamestnancov a ich rodinných príslušníkov.



PROPAGÁCIA BOZP

Spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika pravidelne organizuje vedomostné súťaže pre zamestnancov alebo ankety, v ktorých zisťuje spokojnosť napr. s pracovným prostredím. Na intranete je funkčná stránka oddelenia BOZP, kde možno okrem rôznych legislatívnych informácií nájsť napr. bezpečné pracovné postupy pre zamestnancov na rôznych pozíciách a na rôznych oddeleniach, informácie o pracovných úrazoch, spracovaný dokument o posúdení pracovných rizík a katalóg schválených osobných ochranných pracovných pomôcok.





ŽIVOTNÉ PROSTREDIE





Naším záväzkom je riadiť naše podnikanie takým spôsobom, ktoré chráni životné prostredie a umožňuje integrovať princípy udržateľného rozvoja do rozhodovania a procesov.

Náš systém ochrany životného prostredia vyžaduje zapojenie zamestnancov na všetkých úrovniach. Dodržiavame nielen všetky zákonom uložené predpisy, procesy či limity, ale mnohé z činností, na ktoré kladieme dôraz, sú podložené omnoho prísnejšími predpismi, ktoré sme sa zaviazali dodržiavať v rámci tzv. Coca-Cola systému kvality.

Spoločnosť Coca-Cola HBC je certifikovaná podľa noriem ISO 9001 a ISO 14001, má zavedený a implementovaný systém HACCP. Norma ISO 14001, vzťahujúca sa k environmentálnemu manažmentu, stanovuje operačné postupy a procesy, ktoré každá certifikovaná spoločnosť musí dodržiavať. Na všetky tieto normy sme pravidelne auditovaní nezávislými audítorskými spoločnosťami.

POLITIKA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA

Politika životného prostredia je základný dokument, ktorým sa spoločnosť zaväzuje k zodpovednému prístupu k životnému prostrediu: Coca-Cola HBC Slovenská republika sa zaviazala, že pri vykonávaní svojich podnikateľských činností bude zodpovedne pristupovať k životnému prostrediu. To znamená, že sme odhodlaní zaviesť spoľahlivé opatrenia a účinné systémy riadenia, ktorých prostredníctvom budeme sledovať a poskytovať informácie o našom podnikaní a jeho dopadoch na životné prostredie. Budeme konať zodpovedne tak, aby sme spĺňali vysoké environmentálne štandardy a minimalizovali všetky negatívne dopady na miestne prostredie a súčasne plnili očakávania zákazníkov aj spotrebiteľov, ktoré sa týkajú kvality a bezpečnosti našich výrobkov a pracovného prostredia.

Sme presvedčení, že dôležitú úlohu pri dosahovaní environmentálnych cieľov zohrávajú naši zamestnanci a všetky osoby spojené so spoločnosťou. Preto sa snažíme našim zamestnancom poskytnúť nutné školenia a podporu tak, aby v plnej miere prijali tento záväzok a podieľali sa na trvalom zlepšovaní environmentálnych štandardov.



VODA

Voda je základnou zložkou našich produktov a záleží nám na jej efektívnom využívaní. Darí sa nám neustále znižovať množstvo vody použité na výrobu jedného litra nápoja a našim cieľom v dlhodobej perspektíve je toto množstvo ešte ďalej znižovať. V roku 2008 sme uviedli do prevádzky nové úspornejšie výrobné linky, čo viedlo k ďalším úsporám v použitej vode.

Medzinárodný deň vody 2010 – Čistá voda pre zdravý svet

Hoci povrch našej modrej planéty pokrýva na 71 % voda, zásoby pitnej vody sú ohraničené. Z tohto množstva je len 0,6 % vody pitnej, 97,4 % je voda slaná a zvyšok sú polárny sneh a ľadovce. A zásoby tejto drahocennej tekutiny neustále klesajú. V najbližších 10 rokoch by mali klesnúť až o jednu tretinu. Pod tento negatívny trend sa podpisuje zvyšovanie životnej úrovne, rast počtu obyvateľstva, ale i nadmerná produkcia odpadovej vody.

Nedostatok kvalitnej pitnej vody je teda jedným z najzávažnejších globálnych problémov súčasnosti. A to nielen pokiaľ ide o jej všestranné a rozumné využívanie, ale aj o ochranu zdrojov či otázku zmenšovania zásob. V celosvetovom meradle sa problematike vody ako základnej zložky životného prostredia, bez ktorej by ľudstvo a vôbec život na tejto planéte nemohli existovať, venuje čoraz viac pozornosti. Už počas konferencie OSN o životnom prostredí a rozvoji v Riu de Janeiro v roku 1992 vznikla myšlienka ustanoviť Svetový deň vody. Následne nato Valné zhromaždenie OSN vyhlásilo 22. marec za Svetový deň vody.

Program osláv Svetového dňa vody v jednom z bratislavských ob-

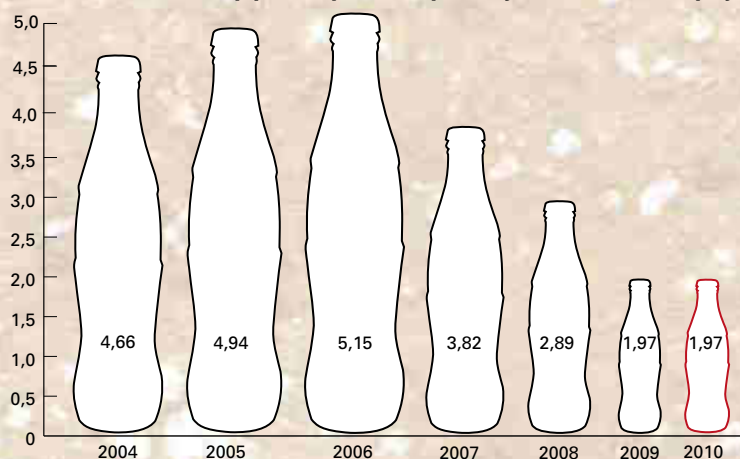
chodných centier prilákal stovky obyvateľov mesta a okolia. Pripravilo ho Ministerstvo životného prostredia SR za výraznej podpory našej spoločnosti a niesol sa v duchu tohtoročného hesla Čistá voda pre zdravý svet! Vystúpenia detských súborov striedali rôzne súťaže. Napríklad o najrýchlejšie vypitie pol litra vody alebo v pití vody cez slamku. Mnohí dokonca priznali, že taký veľký pohár čistej vody vypili po prvý raz v živote. Vedomostné kvízy zasa preverili znalosti prítomných. Dospelých sa pýtal moderátor, koľko sladkej vody máme na Zemi, ktorá rieka na Slovensku je najdlhšia, koľko percent ľudského tela tvorí voda atď. Samozrejme, tí, ktorí správne odpovedali alebo zvíťazili v súťažiach, získali aj odmeny. Milým prekvapením bol príchod známeho Majstra N. Ten vtipnou, hravou formou deťom vysvetlil, prečo je voda pre nás taká dôležitá, prečo by mali denne piť čistú vodu, prečo by nemali vodou plytvať. Rámec programu dotvárali tvorivé dielne, kde si chlapci a dievčatá mohli vyskúšať rôzne remeselné techniky, a vyvrcholením popoludnia bolo vystúpenie superstaristky Dominiky Starej. Podujatie prinieslo návštevníkom nielen zábavu, rozptýlenie, ale aspoň na chvíľu ich prinútilo zamyslieť sa nad tým, že dostatok kvalitnej pitnej vody je síce pre nich samozrejmosťou, ale pre takmer päťtinu obyvateľov Zeme len snom budúcnosti. Keďže jej zásoby rýchlo ubúdajú, treba ich chrániť pred znečisťovaním a efektívne s nimi hospodáriť.

Zároveň už niekoľko rokov naša spoločnosť spolupracuje s Medzinárodnou komisiou pre ochranu Dunaja (ICPDR) na Slovensku.

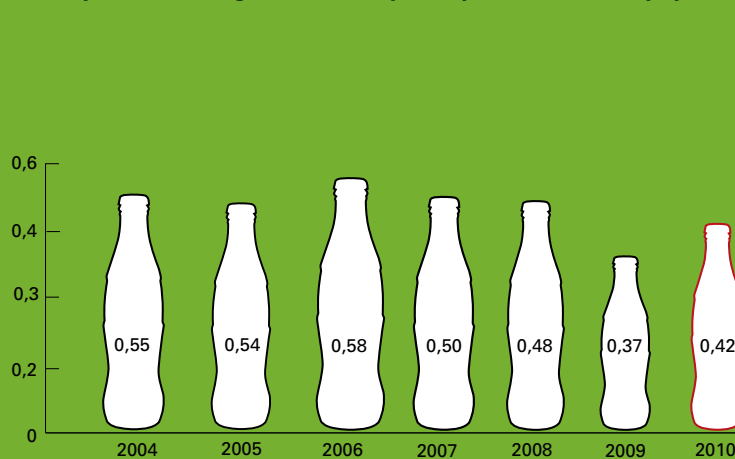
ENERGIE

Rovnako ako je našim cieľom znižovať množstvo použitej vody, záleží nám aj na znižovaní objemu použitej energie, čo dosahujeme, okrem iného, aj používaním úspornejšej techniky a svetidiel.

Počet litrov vody použitých na výrobu jedného litra nápoja



Spotreba energie v MJ na výrobu jedného litra nápoja





NAKLADANIE S ODPADMI

Snažíme sa znižovať množstvo produkovaných odpadov a tiež zvyšovať podiel recyklovaného odpadu. Dôsledne triedime odpad, a to nielen odpad pochádzajúci z výroby či skladu, ale i ten bežný

kancelársky – v priestoroch kancelárií, kde sú nainštalované kontajnery na triedený odpad a zamestnanci sú osvetou vedení k tomu, aby odpad správne triedili.

| | <i>Hmotnosť obalov v gramoch</i> | | | | | |
|--|----------------------------------|-------|------|------|------|------------|
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | zníženie o |
| <i>0,5l fľaška Bonaqua</i> | 23 | 18 | | | | 19 % |
| <i>1,5l fľaška Bonaqua</i> | 43 | 36 | | | | 16 % |
| <i>0,33l konturovaná fľaška Coca-Cola</i> | 444 | 333,5 | | | | 25 % |
| <i>0,33l fľaška Fanta, Sprite</i> | | 432 | 308 | | | 29 % |
| <i>0,5l fľaška Nestea, Cappy Ice Fruit</i> | | | 23 | 18 | | 10 % |
| <i>1,5L PET Nestea</i> | | | | 39 | 36 | 8 % |



ENVI-PAK

Naša spoločnosť plní svoje nápoje do rôznych druhov obalov podľa preferencií našich spotrebiteľov – od sklenených fliaš a alumíniových plechoviek až po kombinované či plastové obaly. Za dôležitý prvok ochrany životného prostredia považujeme triedenie a recykláciu týchto obalov, a preto sú všetky obaly našich výrobkov bez výnimky recyklovateľné. Odpad z obalov tvorí v komunálnom odpade až 70 % a jeho triedením a následnou recykláciou podporujeme čistejšie Slovensko. Naším cieľom je naplnenie európskej smernice 94/62 EC o obaloch a obalových odpadoch, ktorá ukladá členským štátom EÚ plniť ciele recyklácie a zhodnocovania odpadov z obalov. Povinnosti v tejto oblasti si plníme v spolupráci s oprávnenou organizáciou ENVI-PAK, na vzniku ktorej sme sa podieľali. ENVI-PAK vznikol v roku 2003 a v roku 2004 sa stal prvou oprávnenou organizáciou pôsobiacou na Slovensku. V súčasnej dobe je ENVI-PAK najväčšou oprávnenou organizáciou na Slovensku a súčasne jedinou, ktorá disponuje medzinárodným know-how, nakoľko je členom medzinárodnej organizácie PRO-EUROPE. ENVI-PAK v mene našej spoločnosti zabezpečuje se-

parovaný zber odpadov z obalov a ich zhodnocovanie a recykláciu minimálne v rozsahu európskych limitov a v spolupráci s obcami a priemyslom prináša čistejšie Slovensko nám všetkým.

Zároveň je ENVI-PAK jedinou oprávnenou organizáciou na Slovensku, ktorá vytvorila a prevádzkuje koordinovaný systém zberu, zhodnocovania a recyklácie odpadov z obalov – podieľa sa na zbere odpadov od občanov, cez obec a zberovú spoločnosť až po recyklátora. ENVI-PAK podporuje miestne systémy separovaného zberu už od svojho vzniku. Počas uplynulých rokov boli vďaka finančným prostriedkom od oprávnenej organizácie ENVI-PAK vybudované infraštruktúry separovaného zberu, financovaný odvoz odpadov i osвета a vzdelávanie obyvateľov v jednotlivých mestách a obciach. Od svojho vzniku ENVI-PAK investoval do podpory separovaného zberu viac než 8 miliónov eur. Do systému priamej podpory separovaného zberu v mestách a obciach sa zapojilo už viac než 800 miest a obcí a mnoho ďalších prostredníctvom zberových spoločností. Priama finančná podpora separovaného zberu v mestách a obciach je štandardným riešením vo vyspelých krajinách Európskej únie. Systém priamej podpory separovaného zberu bol ocenený cenou za zodpovedné podnikanie VIA BONA Slovakia 2010. VIA BONA Slovakia je prestížne ocenenie, ktorým Nadácia Pontis každoročne





vyjadruje verejné uznanie firmám a podnikateľom, ktorí na Slovensku rozvíjajú firemnú filantropiu a zodpovedné podnikanie. Cieľom spoločensky zodpovedného podnikania je podnikáť tak, aby z procesov a výsledkov podnikania mal prospech široký okruh ľudí. V sekcii Zodpovedné podnikanie sa udeľuje i tzv. Zelená cena za projekt v oblasti životného prostredia, ktorá bola za rok 2010 udelená práve oprávnenej organizácii ENVI-PAK.

Uvedomujeme si, že európske ciele recyklácie sa budú plniť len vtedy, keď bude separovať čo najviac obyvateľov. Z tohto dôvodu ENVI-PAK vzdeláva a vychováva občanov k tomu, aby triedili odpad všade, kde je to možné. Organizuje kampane, konferencie a vzdelávacie semináre pre verejnosť, na ktorých šíri povedomie o dôležitosti triedenia odpadu. I preto je každoročne, už od roku 2007, ENVI-PAK partnerom najväčšieho multikultúrneho festivalu Pohoda, na ktorom zabezpečuje separovanie odpadu a zároveň motivuje návštevníkov, aby na triedenie nezabúdali ani v čase svojho voľna. Tieto aktivity sú úspešné, o čom svedčí i oficiálny slovenský rekord v množstve vyseparovaných plastov na jednom podujatí, o ktorý sa zaslúžili v roku 2010.

Počas troch dní konania festivalu vzniklo 60,3 tony odpadu, z čoho 22,7 % – až 13,7 tony – návštevníci vyseparovali. Najviac vytriedeného odpadu tvorili práve plasty (PET fľaše, poháre, tégliky a plastový

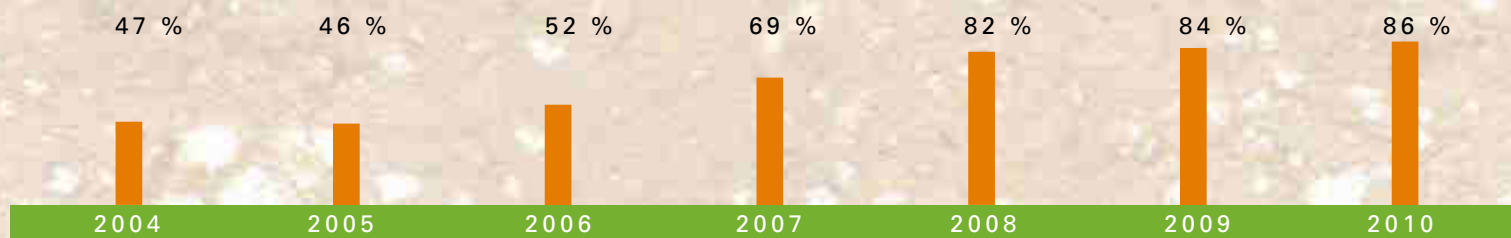
riad), spolu až 10,4 tony. Na slávnostné váženie plastového odpadu dohliadal priamo arbirer slovenských rekordov, ktorý odovzdal spoločnosti ENVI-PAK certifikát oficiálneho slovenského rekordu. I vďaka oprávnenej organizácii ENVI-PAK patrí festival Pohoda k najčistejším festivalom v Európe. Čistotu areálu vyzdvihujú mnohí, nielen zahraniční účastníci festivalu. Internetový server greenmystyle.com zaradil Bažant Pohodu medzi 12 „najzelenších“ festivalov Európy.

ZELENÝ BOD



ENVI-PAK je zároveň prevádzkovateľom systému ZELENÝ BOD na Slovensku. Systém ZELENÝ BOD je najrozšírenejším spôsobom zabezpečovania využitia druhotných surovín pochádzajúcich z komunálneho odpadu v Európe. Jeho hlavnou úlohou je podpora separovaného zberu a osвета medzi obyvateľmi. ZELENÝ BOD nájdete aj na všetkých našich výrobkoch, čo znamená, že naša spoločnosť participuje na rozvoji tohto systému a zodpovedne pristupuje k životnému prostrediu.

Podiel recyklovaného odpadu vo výrobnom závode v %



Coca-Cola

CC COFFEE



PROSTREDIE TRHU





Naším poslaním je ponúkať osvieženie našim spotrebiteľom, byť partnermi našim zákazníkom a pomáhať im tak v ich podnikaní. Pre naplnenie tohto poslania dodržíme tieto základné princípy:

- zaslúžiť si dôveru našich spotrebiteľov tým, že ponúkame vysoko kvalitné produkty a služby, ktoré uspokojia ich potreby a hodia sa k ich životnému štýlu;
- podporovať našich obchodných partnerov na lokálnej a globálnej úrovni tým, že budujeme spoľahlivé, súdržné, vzájomne prínosné vzťahy;
- robiť marketing s rešpektom k ekonomickým, sociálnym a kultúrnym súvislostiam.

PONUKA NÁPOJOV...

Spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika ponúka svojim zákazníkom a spotrebiteľom široké portfólio produktov vo všetkých hlavných kategóriách nealkoholických nápojov v rôznych baleniach vhodných pre všetky príležitosti.

Kompletný prehľad nájdete v závere tejto správy.

...V RÔZNYCH BALENIACH

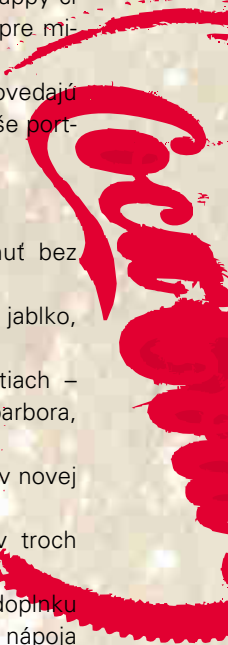
Rovnako, ako je široká ponuka nápojov, tak aj druhy balení kopírujú najčastejšie spotrebiteľské príležitosti. V ponuke našich produktov

sú sklenené vratné fľaše o obsahu 0,2; 0,25 a 0,33l, plechovky o obsahu 0,25 a 0,33 l, recyklovateľné PET fľaše o objemoch 0,25; 0,33; 0,5; 1; 1,5 a 2 l, kartónové obaly pre džúsy značky Cappy či sklenené fľaše umožňujúce opätovné uzavretie používané pre minerálnu vodu značky Romerquelle.

Aby sme ponúkali našim spotrebiteľom nápoje, ktoré odpovedajú trendom v oblasti životného štýlu, neustále rozširujeme naše portfólio a každý rok uvádzame na trh niekoľko novinek.

V priebehu roku 2010 to boli tieto:

- reformulovaný napoj Coca-Cola light („Nová lepšia chuť bez kalórií“);
- džúsy Cappy Fruit Plus antioxidanty s novou príchuťou jablko, červené hrozno a kiwi;
- pramenitá voda Bonaqua sa objavila v nových príchuťiach – červený pomaranč, citrón & limetka, jahoda & rebarbora, maracuja & mäta;
- obľúbený sytený nápoj Fanta je teraz k dispozícii taktiež v novej príchuťi lesné plody;
- na trh sme uviedli nový energetický nápoj Monšter v troch variantoch Energy, Ripper a Lo-Carb, Export;
- energetický nápoj Burn sa objavil vo variante výživového doplnku Burn shot a Burn tropical (kombinácia energetického nápoja a džúsu);
- nápoj Cappy Junior s 50 % ovocnej šťavy bez konzervantov, bez pridaného cukru a s kvapkou medu, a to v novej príchuťi multivitamín.





NUTRIČNÉ ZNAČENIE NA ETIKETÁCH

Naša spoločnosť sa v rámci spolupráce v európskej asociácii výrobcov nealko nápojov UNESDA(1) zaviazala poskytovať spotrebiteľom v európskych krajinách podrobnejšie informácie o zložení našich výrobkov. Tento proces bol naštartovaný v SR počas roku 2007, kedy boli doplnené informácie na etiketách všetkých našich nápojov.

Podľa nášho názoru si naši spotrebiteľia v Európe prajú mať stručné, prehľadné, ale pritom vedecky podložené informácie o našich výrobkoch, aby si mohli zodpovedne vybrať výrobky zodpovedajúce ich životnému štýlu a požiadavkám na výživu. Spotrebiteľské prieskumy dokazujú, že ľudia chcú dostávať informácie v podobe, ktorá je jednoduchá a dobre viditeľná.

Tým, že sa budeme ako jedna z hlavných európskych spoločností na

trhu s potravinami a nápojmi správať zásadovo, podľa nás pomôžeme spotrebiteľom lepšie pochopiť informácie, ktoré im poskytujeme. Pevne veríme, že sa k nám pripoja aj ďalšie spoločnosti a budú spotrebiteľom poskytovať informácie v ich najlepšom záujme.

Odporúčané denné množstvo, označované skratkou GDA(2), sú informácie pre spotrebiteľov ohľadom množstva kalórií, tukov, nasýtených tukov, cukru a sodíka, ktoré sú doplnené o percentuálny údaj, koľko z odporúčanej dennej dávky spotrebiteľ konzumáciou 250 ml výrobku prijme. Je možné podľa nich ľahšie určiť množstvo pre zdravú životosprávu za všeobecne prijatého predpokladu, že optimálna odporúčaná dávka pre zdravého človeka je okolo 2000 kalórií denne.

500 ml

1 000 000 cool výher! výhier!

Coca-Cola

Najdi výherný kód pod viečkom a náhrň!
Najdi výherný kód pod viečkom a náhrň!
900 000 X
 o.s. L. Coca-Cola
99 900 X
 Coca-Cola hra do zocháňa
100 X
 Mierne slad. 3,80g sach. a 0,08 Ktmet. biendie

| Energická hodnota | | Cukr | Tuky | Nasýtené tuky | Sodík |
|-------------------|-----|------|------|---------------|-------|
| 105 kcal | 5%* | 27g | 0g | 0g | 0g |
| | | 29%* | 0%* | 0%* | 0%* |

*% hodnoty uvedené v tabuľke sú percento z odporúčanej dennej dávky (GDA) pre dospelých ľudí. GDA sú uvedené v tabuľke v priloženom dokumente.



ZODPOVEDNÝ MARKETING – ZÁVÄZKY UNESDA

Naša spoločnosť sa i v Slovenskej republike hlási k zodpovednému marketingu a aj svojím členstvom v európskej nápojovej asociácii UNESDA dodržiava nasledujúce dobrovoľné záväzky:

- neumiestňuje v médiách akúkoľvek reklamnú komunikáciu zameranú na deti do 12 rokov;
- vystríha sa priameho reklamného oslovenia detí, aby presvedčali rodičov na kúpu firemných výrobkov.

Naša spoločnosť ďalej presadzuje dobrovoľné záväzky asociácie UNESDA voči Európskej platforme aktivít v oblasti stravy, fyzických aktivít a zdravia(3). Aby naplnila tieto záväzky, rozhodla sa od začiatku roku 2007 ďalej nepredávať sýtené nealkoholické nápoje na slovenských základných školách a nahradiť ich iným portfóliom (balené vody, džúsy, iné nápoje v nízkokalorických verziách apod.) v uzavierateľných baleniach, ktoré umožňujú kontrolu spotreby.

(1) UNESDA: Union of European Beverages Associations (Konfederácia európskych asociácií výrobcov nealkoholických nápojov)

(2) GDA: Guided daily amount

(3) EU platform for action on diet, physical activity and health.





STAROSTLIVOSŤ O ZÁKAZNÍKOV

Telefonické centrum služieb

Pracovníci telefonického centra služieb spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika prijímajú od zákazníkov objednávky, informujú ich o novinkách, prijímajú a odovzdávajú servisnému oddeleniu hlásenia o poruchách našich zariadení, pýtajú sa zákazníkov na ich spokojnosť s poskytovaným servisom a tieto informácie okamžite vyhodnocujú. Telefonické centrum služieb taktiež zaisťuje infolinku, ktorej číslo je na etiketách všetkých našich produktov a na ktoré môžu volajúci dostať informácie o produktoch, o ich zložení, o spotrebiteľských súťažiach či o čomkoľvek ďalšom, čo ich zaujíma a čo má súvislosť so spoločnosťou Coca-Cola HBC Slovenská republika.

Program odozvy spotrebiteľom a zákazníkom

Systém reklamácií v spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika je podrobne popísaný v tzv. štandardných operačných postupoch a má svoje presne dané zákonitosti, z ktorých tou najdôležitejšou je rýchlosť. Každá prijatá reklamácia je evidovaná v reklamačnom protokole a nezhodný tovar (t. j. taký, ktorý neodpovedá vysokým kvalitatívnym nárokom spoločnosti Coca-Cola) je okamžite vymenený alebo nahradený. Na proces vybavovania reklamácií sú pracovníci obchodného oddelenia pravidelne dôkladne preškolovaní.

Distribúcia tovaru k zákazníkom

Veľmi významnou službou, ktorú Coca-Cola HBC Slovenská republika ponúka svojim zákazníkom, je doprava tovaru na miesto určenia zadarmo. Pre dobré fungovanie tejto služby prispieva aj to, že väčšina tovaru je na miesto určenia zavážaná vlastnými špeciálne upravenými nákladnými autami, ktoré minimalizujú manipulačný čas u zákazníkov

Stredisko služieb zákazníkom:

- obsluhuje celú Slovenskú ako aj Českú republiku, teda viac ako 75 000 zákazníkov;
- za rok prijme viac ako 390 000 prichádzajúcich hovorov;
- za rok zrealizuje viac ako 900 000 hovorov.

Zákaznícky časopis

V minulom roku spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika prvýkrát vo svojej histórii vydala magazín s názvom Coca-Cola Svet, ktorý je určený našim zákazníkom a ktorý si kladie za cieľ prinášať užitočné informácie použiteľné pre ich každodennú prácu, ďalej všeobecné informácie zo sveta nápojov, obchodu, zaujímavosti zo systému Coca-Cola, trochu zábavy, ale aj možnosť vyhrať hodnotné ceny.





ZABEZPEČOVANIE KVALITY

Prvoradým záujmom našej spoločnosti je v každej oblasti nášho podnikania usilovať sa o vynikajúcu kvalitu produktov. Za jednu z ciest k trvalému dosahovaniu tohto stavu považujeme neustále plnenie požiadaviek v súlade právnymi predpismi Slovenskej republiky, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 a požiadaviek TCCQS (The Coca-Cola Quality System).

Kontrolu kvality našich výrobkov zabezpečuje tím odborníkov z oddelenia kvality. Prevažná väčšina z nich má odborné chemické vzdelanie so zameraním na potravinársky priemysel. Systém monitorovania kvality je veľmi precízne prepracovaný a rokmi praxe preverený. Všetky naše produkty prechádzajú niekoľkými stupňami dôkladnej kontroly kvality – vstupné suroviny a materiály, voda,

výrobné zariadenie. V priebehu výroby sa v pravidelných intervaloch odoberajú kontrolné vzorky, z každej výrobnéj šarže sa uchovávajú departážne vzorky pre možnosť neskoršej kontroly. Laboratórium funguje 24 hodín denne, sedem dní v týždni. Každoročne sme auditovaní nezávislou audítorskou spoločnosťou SGS, ktorá preveruje náš systém kvality a jeho funkčnosť v rámci celej spoločnosti.

Kontrolu kvality našich nápojov nevykonávame len vo výrobe, ale tiež na trhu. Tím obchodných zástupcov pravidelne kontroluje kvalitu našich produktov u našich zákazníkov, tj. v reštauráciách, baroch, kinách či obchodoch tak, aby každý, kto si náš nápoj kúpi, mal istotu prvotriednej kvality.





SPOLUPRÁČA S KOMUNITAMI



SPOLUPRÁCA S KOMUNITAMI

Naše poslanie, teda obohacovanie života miestnych komunít, dosahujeme prostredníctvom dodržiavania základných princípov:

- podporovať také iniciatívy a partnerstvá, ktoré sú dôležité pre miestne komunity;
- naslúchať komunitám, v ktorých pôsobíme, brať do úvahy ich pohľad a potreby pri našom podnikaní.

Detský domov

V roku 2001 spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika rozbehla projekt podpory detských domov rodinného typu. Na základe spolupráce s nadáciou „Úsmev ako dar“ si naša spoločnosť vybrala patronát nad detským domovom Harmónia v Modre. Chceme, aby si deti mohli vďaka aj našej podpore dovoliť to, čo si bežne môžu dovoliť ich vrstovníci v škole. Inými slovami, nechceme prispievať na opravu strechy telocvične v domove, ale chceme prispieť napríklad na využitie voľného času detí v domovoch. Detskému domovu tak pomáhame pri organizácii ich akcií, prispievame na výlety detí, napr. na letné tábory. V minulom roku sme detský domov podporili sumou 5000 eur.

Pravidelne zabezpečujeme pitný režim na akcie tejto nadácie, či už sa jedná o „Najmilší koncert roka“, alebo najstarší vianočný benefičný koncert „Úsmev ako dar“.

Okrem toho spolupracujeme s mnohými neziskovými organizáciami z celej Slovenskej republiky. Sú to napr. nezisková organizácia Slniečko, ktorá sa zaoberá poskytovaním všeobecno-prospešných služieb s komplexným riešením problematiky týraných, zneužívaných detí a obetí rodovo podmieneného násillia – matiek s deťmi a žien, nezisková organizácia Združenia sclerosis multiplex Nádej, neziskové združenie nevidiacich Ambrelo, Nadácia na výskum rakoviny, Slovenská humanitná rada a mnohé ďalšie.

Naša spoločnosť už niekoľko rokov spolupracuje aj s Nadáciou LÚČ zo Žiliny, ktorá organizuje Festival Dni Nádeje. Na 16 ročníku sa zúčastnilo takmer 5000 detí a ide o jeden najväčší protidrogový festival na Slovensku, ktorý pomohol znížiť počet narkomanov a zlepšil informovanosť o prevencii mládeže, pedagógov i rodičov. Súčasťou festivalu boli aj športové aktivity ako plavecký maratón nádeje, beh nádeje a turistický pochod nádeje. Ďalšou súčasťou bola osvetová a preventívna činnosť ako besedy s odborníkmi a zaujímavými ľuďmi a nesmieme opomenúť ani kultúrnu časť – detské akadémie s vyhodnotením jednotlivých súťaží, či už výtvarných, literárnych alebo športových.



Spolupráca s miestnymi samosprávami

Coca-Cola HBC Slovenská republika úzko spolupracuje s miestnymi samosprávami, či už v mieste sídla spoločnosti v Bratislave alebo v mieste, kde sa nachádza náš výrobný závod v obci Lúka.

V mieste sídla spoločnosti spolupracujeme so samosprávou mestskej časti Bratislava-Vajnory, napríklad minulý rok sme finančne podporili kultúrne podujatie „Dožinky 2010“. Taktiež sme podporili ZŠ v Lúke, kde sme financovali výmenu starých vchodových dverí za nové plastové.

Ďalej môžeme spomenúť napr. letné slávnosti obce Beckov, Jánošíkove dni v Terchovej, Abovské folklórne dni, Medzinárodný deň detí atď.

POVODNE

V mesiaci jún opäť zasiahli takmer celé Slovensko silné a ničivé povodne, na niektorých miestach bola zaznamenaná tisícročná voda, ktorá brala všetko, čo jej stálo v ceste.

Ako tomu bolo v minulosti, aj teraz sme proaktívne ponúkli našu pomoc najviac postihnutým oblastiam. Naša pomoc vo forme pramenitej vody Bonaqua, bola doručená do rôznych okresov Slovenska, a to Nové Zámky, Bardejov a Prešov.

Podali sme pomoc 12 obciam (Hul, Veľká Maňa, Kmeťovo, Mojze-sovo, Uľany nad Žitavou, Bardejov, Lukov, Livov, Kríže, Olejnikov, Rokycany, Ondrašovce), kde sme darovali takmer 42 000 litrov pramenitej vody Bonaqua a zmiernili utrpenie viac ako 20 000 ľudí.





COCA-COLA VIANOČNÝ KAMIÓN OPĀŤ NA SLOVENSKU

Coca-Cola vianočný kamión po niekoľkoročnej prestávke opäť brázdil aj po slovenských cestách a navštívil mestá po celom Slovensku. Celkovo počas celého decembra Coca-Cola vianočný kamión navštívil 15 slovenských miest. Vianočná trasa odštartovala 5. 12. v Bardejove, a následne bolo možné kamión stretnúť aj v týchto mestách: Rožňava, Spišská Nová Ves, Rimavská Sobota, Banská Bystrica, Martin, Námestovo, Trenčín, Nové Zámky, Nitra, Dunajská Streda, Trnava, Pezinok a vianočná púť skončila 19. 12. v Malackách. Pred samotným príchodom kamiónu sa otvorila vianočná dedinka, kde bolo pripravené množstvo atrakcií. Tí najmenší si mali možnosť vymalovať vlastné vianočné kahančeky, alebo vyrobiť

vlastnú vianočnú pohľadnicu. Pre tých starších tu boli k dispozícii herné konzoly s tematickými hrami, alebo písanie prání a želaní s ich projekciou. Všetci však netrpezlivo čakali na ten spomínaný a očakávaný kamión, na ktorý sa najviac tešili najmenšie ratolesti. Každé dieťa poslušne čakalo na tú chvíľu – odfotiť sa so Santom Clausom. Celá aktivita mala okrem výnimočného vianočného nádychu aj charitatívny účel. Celý výťažok z predaja v danom meste bol odovzdaný miestnej samospráve na miestne charitatívne účely. Celkovo sa podarilo vybrať takmer 7000 eur. Celkovo si Coca-Cola vianočný kamión prišlo pozrieť takmer 70 000 ľudí.



ŠPORT A AKTÍVNY ŽIVOTNÝ ŠTÝL

Naším cieľom je podporovať aktívny životný štýl – mnoho odborníkov potvrdzuje, že aktivita a pohyb sú kľúčom k riešeniu otázok spojených s nárastom obezity.

Coca-Cola systém je tradičným partnerom mnohých svetových športových udalostí – za všetky menujme Olympijske hry (od roku 1928) či dlhoročnú spoluprácu s FIFA (od roku 1978).

Coca-Cola turné svetovej trofeje FIFA

25.–27. marca 2010 sa Slovensko, ako jediná krajina zo strednej Európy, zapísala do mapy Coca-Cola turné svetovej trofeje FIFA. Turné s trofejou precestovalo celý africký kontinent a ďalších 34 krajín zvyšku sveta a sprostredkovalo futbalovým fanúšikom jedinečný zážitok – na vlastné oči vidieť pravú zlatú trofej pre víťaza Majstrovstiev sveta vo futbale a prežiť si tak svoju vlastnú oslavu futbalového víťazstva. Do Bratislavy priletela 36 cm vysoká a 6175 gramov vážiaca zlatá trofej z ukrajinského Donetsku. V rámci nasledujúcich 2,5 dní ju čakal naozaj perný program. Začínala tlačovou konferenciou za účasti trénera slovenského národného tímu Vladimíra Weissa, a počas slávnostnej recepcii ju ako jediný nad hlavu zdvihol prezident Slovenskej republiky Ivan Gašparovič. Nasledujúci deň okrem PR aktivít bola trofej k dispozícii aj pre zamestnancov našej spoločnosti a mohli si ju pozrieť v priestoroch výrobného závodu Lúka, za účasti významných osobností z tohto regiónu. V sobotu 27. marca mala totiž svetová trofej FIFA z dielne talianskeho návrhára Silvia Gazzaniga rande so slovenskými futbalovými fanúškami v Žiline. Stali na ňu front, aby si ju mohli v priestoroch žilinského mestského divadla prezrieť a odfotiť sa s ňou. Za celý deň ich prišlo cez 6000, videli 3D film zachytávajúci najzaujímavejšie okamihy z minulých majstrovstiev a potom už nasledovala vytúžená fotka s trofejí. Vstup do divadla bol len na vstupenky, ktoré mohli fanúšikovia vyhrať v súťažiach. Žiadna iná z celkového počtu 84 krajín nič také futbalovým fanúšikom neponúkla. Len Slovensko

vystavilo trofej z 18karátového zlata na námestí, aby ju aspoň chvíľku mohol vidieť každý v meste. V podvečerných hodinách bolo námestie Andrea Hlinku doslova napchaté na prasknutie – podľa odhadov sa v priebehu dňa prišlo na trofej pozrieť až 10 000 ľudí. Kým cez deň si všetci „hrali“ futbal, učili sa choreografiu na hymnu Coca-Cola turné svetovej trofeje FIFA od speváka K'naan alebo inak súťažili, večer už pozornosť smerovala len k pódiumu. Blížilo sa odhalenie trofeje, na ktoré sme si pozvali hrdinu posledného kvalifikačného zápasu Slovenska – brankára Jána Muchu.

Coca-Cola turné svetovej trofeje FIFA za 225 dní (od 21. septembra 2009 do 4. mája 2010) navštívilo 84 krajín sveta, 5x križovalo rovník a prešlo dohromady neuveriteľných 134 017 kilometrov. Súčasná svetová trofej FIFA je 36 cm vysoká, je vyrobená z 18karátového zlata a váži 6175 gramov. Podstavec obsahuje dve vrstvy malachitu a na spodnej časti trofeje je vygravírovaný rok a meno každého víťaza Majstrovstiev sveta od roku 1974. Súčasná zlatá originálna trofej, ktorej vlastníkom je výhradne FIFA, putuje od víťaza k víťazovi tak, ako to určujú pravidlá. Víťazom potom ostáva pozlátená identická replika – tzv. Winners Cup. Výroba tejto repliky stojí cca 50 000 dolárov a cena svetovej trofeje sa odhaduje na viac ako 10 miliónov dolárov.

Súťaž „Staň sa vlajkonosičom“

Vďaka súťaži Staň sa vlajkonosičom na MS 2010 získali šiesti slovenskí tínedžeri možnosť niesť vlajku Slovenska na júnových majstrovstvách sveta vo futbale a na vlastné oči uvidieť futbalové vystúpenie slovenskej reprezentácie v Juhoafrickej republike. Zostavu výhercov vo veku od 12 do 16 rokov tvorili štyria chlapci a dve dievčatá z rôznych kútov Slovenska. Táto šťastná šestka niesla 24. júna symbol slovenskej štátnosti v rámci oficiálneho ceremonálu priamo na hraciu plochu a odštartuje tak futbalové stretnutie s Talianskom. Počas štyroch dní si mohli užívať nielen chvíle svetového šampionátu, ale i samotnej Afriky so všetkým, čo k nej patrí.



Stanley Cup

Neprešlo ani päť mesiacov a po „návšteve“ najcennejšej futbalovej trofeje prišla na Slovensko tá hokejová. Vďaka dvom našim hokejistom (Marián Hossa a Tomáš Kopecký) sme mali v dňoch 5.–8. augusta možnosť vidieť najcennejšiu hokejovú klubovú trofej sveta – Stanley Cup. Vyvrcholením osláv bolo podujatie na Mierovom námestí v Trenčíne. Trojtisícový dav fanúšikov hokeja mal možnosť nielen vidieť svojich hokejových idolov, ale hlavne dotknúť sa slávne trofeje – Stanley Cupu a odfotiť sa s ním.

Deduško medzi maratónmi

Pramenitá voda Bonaqua bola oficiálnym nápojom 87. ročníka Medzinárodného maratónu mieru – MMM, ktorý už dlhé roky jednoznačne patrí k mestu Košice. **„Deduško medzi maratónmi“** je jeden z jeho prívlastkov, keďže ide o najstarší maratón v Európe a druhý najstarší na svete po prestížnom Bostonskom maratóne. V tomto ročníku dosiahol rekordný počet registrovaných účastníkov, ktorý dosiahol hranicu takmer 5500, a to presne 5426 bežcov z 38 krajín vo všetkých disciplínach. Víťazom 87. ročníka Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach sa stal kenský vytrvalec Gilbert Kiptoo Chepkwony vo výbornom traťovom rekorde 2:08:33 h. Dvadsaťpäťročný vytrvalec vylepšil predchádzajúce maximum svojho krajana Williama Biamu z roku 2007 o 1:20 min.

Aj minulý rok sme podporili 4. ročník Family Cup, z roka na rok si toto podujatie získava čoraz viac priaznivcov. Podujatie plne naplnilo svoje poslanie Šport pre všetkých. Na všetkých pretekoch sa zúčastnili pretekári všetkých vekových kategórií. Celkovo prichádza čoraz viac detí do šesť rokov, čo je cieľom podujatia – zapojiť do športovania mládež, ale čo je tiež dôležité – Family Cup je jediným celoslovenským podujatím, kde sa môžu pretekov zúčastniť aj starí rodičia, teda seniori. Celkovo sa šiestich pretekov zúčastnilo takmer 300 rodín, čo predstavuje takmer 1200 pretekárov vo veku od 9 mesiacov až do 74 rokov (zúčastnil sa pretekov na horských bicykloch). Za celoročné výsledky sa „Športovou rodinou SR 2010“ stali Veteškovci z Púchova. Členmi tohto rodinného tímu sú rodičia Viktor a Lubica s dcérami Viktóriou a Martinou. Tento titul obhájili po víťazstve v roku 2008 i 2009. Na druhom mieste

skončila rodina Suchánkova z Bratislavy v zložení rodičia Boris a Zuzana s dcérou Sárrou. Aj tretie miesto patrí Bratislavčanom – rodičom Peterovi a Andrei Bendovcom s dcérou Veronikou.

Okrem toho sme podporili množstvo iných športových aktivít, ktoré sa konali na celom Slovensku, či už išlo o futbal, hokej, volejbal, tenis, ale nechýbal ani nohejbal, vodné pólo, vodné športy, letné kempy, gymnastika a golf. Taktiež sme podporili Majstrovstvá Slovenska v motokrose, Bratislavský maratón, Gemerský maratón, Majstrovstvá Slovenska v bowlingu, preteky krnačiek Turecká a Donovaly (krnačky sú špeciálne zakrútené drevené sane), preteky v parkúrovom skákaní a množstvo ďalších aktivít.

PODPORA KULTÚRY

Okrem toho sme podporili množstvo iných kultúrnych podujatí, ktoré sa konali na Slovensku, ako napr. festivaly – Tajvan Leto, Topfest, Fun Rádio Dohoda, Toto je Hip-Hop, Širava Fest, Okey Leto, Bee Free, Minikvas, Rock pod Kameňom, Terchovský Budzogaň, Východná Folk Fest, Červeník. Už niekoľko rokov máme spoluprácu s divadlom West, podporili sme pitným režimom niekoľko divadelných premiér v divadle Radošinské naivné divadlo.

Exkurzie

Už niekoľko rokov umožňujeme žiakom a študentom základných, stredných a vysokých škôl exkurzie v našom výrobnom závode. Cieľom tohto programu je oboznámiť návštevníkov nielen s históriou samotného nápoja a výrobnej spoločnosti, ale predovšetkým s našou každodennou praxou a úspechmi, ktoré sme na slovenskom trhu dosiahli. Každé skupine ponúkame rovnaký program návštevy, ktorý sa skladá z prehliadky samotného výrobného závodu, z prednášky o histórii firmy, ale taktiež napr. z informácií o tom, ako v Slovenskej republike riadime distribúciu, ako sa staráme o zákazníkov a podobne. Pokiaľ by niektoré triedy mali záujem o podrobnejší výklad napr. v oblasti marketingu alebo predaja, sme schopní takúto exkurziu po dohode pre nich „ušiť“ priamo na mieru podľa potrieb študentov. V roku 2010 náš závod navštívilo takmer 3000 žiakov z celej Slovenskej republiky.



Sýtené nealkoholické nápoje



Coca-Cola



Coca-Cola light



Coca-Cola zero

Sýtené nealkoholické nápoje



Coca-Cola Cherry



Fanta



Sprite

Sýtené nealkoholické nápoje



Kinley Tonic



Lift

Lifter

Ladové čaje a kávy



Nestea



Illy

Džúsy a ovocné nápoje



Cappy Ice Fruit



Cappy

Džúsy a ovocné nápoje



Cappy



Cappy Junior

Balené vody



Bonaqua



Balené vody

Energetické a športové nápoje



Romerquelle



Matúšov prameň



Burn



Monster



Powerade

Coca-Cola HBC Slovenská republika

Tuhovská 1, P.O.BOX 37, 831 07 Bratislava,
tel.: +421 2 49 263 111, fax: +421 2 49 263 114
IČO: 31 340 628, DIČ: SK 2020342280
www.coca-cola.sk

Zodpovedný redaktor: Marian Pavelka

Realizácia: MOLOKO ateliér s.r.o., www.molokoatelier.cz