



# 2011

Správa o sociálnej  
zodpovednosti spoločnosti  
**Coca-Cola HBC Slovenská republika**







# ÚVOD

Predstavenie  
spoločnosti  
Coca-Cola HBC  
Slovenská  
republika





**Vážení spotrebiteľia, obchodní partneri, dodávateľia,  
priatelia a čitatelia,**

naša spoločnosť prešla v priebehu minulých rokov mnohými zmenami, kedy musela čo najrýchlejšie reagovať na nové požiadavky trhu. Som rád, že sme na trhu uspeli a rovnako ako v minulých rokoch môžeme povedať, že ten minulý rok bol veľmi úspešný. O to viac ma teší, že vám v tejto súvislosti môžem ponúknuť už piatu správu o sociálnej zodpovednosti našej spoločnosti na Slovensku a zhrnúť tak pre vás aj oblasti našej činnosti, ktoré nie sú príliš viditeľné, ale ktoré sú podstatné pre trvalú udržateľnosť nášho podnikania.

Na nasledujúcich stránkach preto nájdete informácie o tom, ako podnikáme a ako sa pri tom snažíme riadiť zásadami ochrany životného prostredia, ako dodržiavame mnohé etické štandardy, aké pracovné prostredie ponúkame našim zamestnancom, ako sa snažíme minimalizovať dopady na okolitý svet alebo ako podporujeme regióny, v ktorých podnikáme, teda informácie o našich aktivitách, ktoré sú nad rámec legislatívnych požiadaviek a ktoré implementujeme ako spoločensky zodpovedná firma. Ako som sa už zmienil, táto správa je už piatou v poradí a vďaka tomu umožňuje dlhodobejší, relevantnejší pohľad a hodnotenie v dlhšej časovej línii. Pre mňa osobne je dôkazom toho, že sa dlhodobo snažíme na slovenskom trhu nielen uspieť, ale aj byť ohľaduplní voči svojmu okoliu. Pevne verím, že informácie, ktoré vám v tejto správe prinášame, môžu byť podobným dôkazom aj pre vás.

Tomáš Kadlec  
Konateľ

**Editorial**



System Coca-Cola tvorí po celom svete spoločnosť The Coca-Cola Company a jej partner. **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 na to, 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.

**Poslanie  
spoločnosti  
Coca-Cola  
Hellenic**

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](http://www.coca-cola.sk)

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



**My, zamestnanci skupiny Coca-Cola Hellenic, budeme**

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





## Spoločensky zodpovedná firma



Pracovné prostredie



Životné prostredie



Prostredie trhu



Spolupráca s komunitami

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 vyhlásením 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.

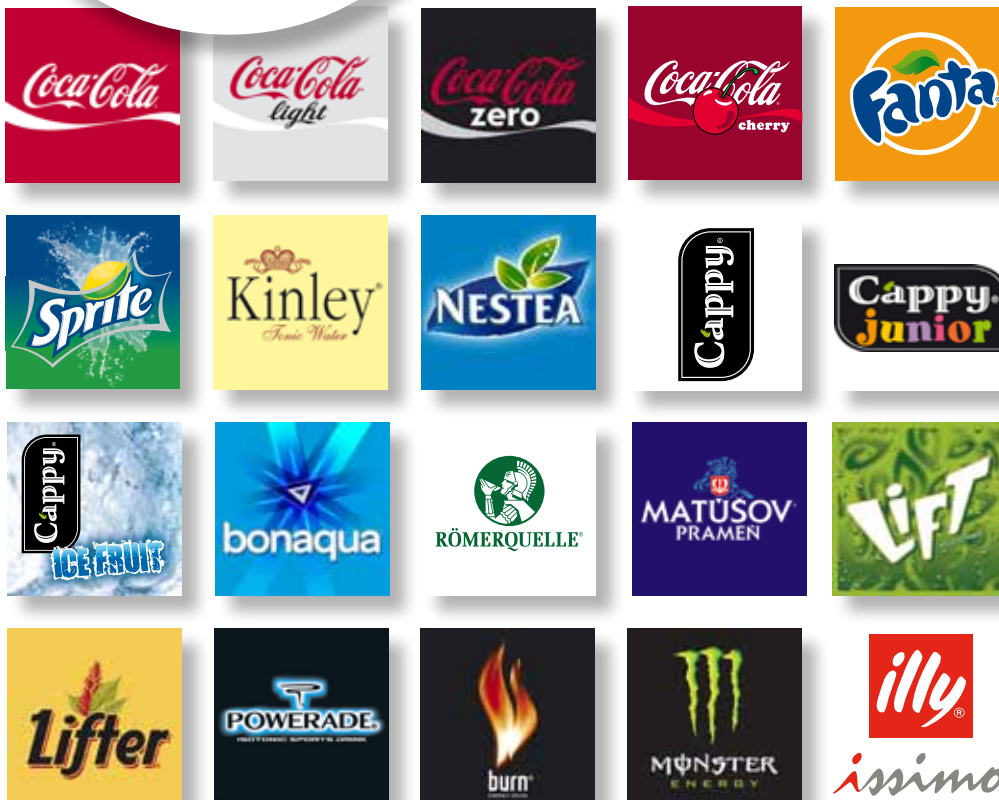
Citizenship@Coca-Cola stojí na štyroch základných pilieroch: pracovnom prostredí, životnom prostredí, trhovom prostredí a na spolupráci s miestnymi komunitami.

- **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 spolužitie 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 príchutou, 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**







**Pracovné  
prostredie**





## Spoločnosť Coca-Cola HBC SK sa riadi týmito základnými princípami a pravidlami:

- vytvárať silný vzťah s našimi zamestnancami vďaka otvorenej komunikácii,
- správať sa voči zamestnancom 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 spoločnosti Coca-Cola Hellenic sa riadia tzv. Pravidlami obchodného správania, ktoré platia pre riaditeľa, vedúcich pracovníkov aj rado- vých 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 pred- pismi spoločnosti Coca-Cola Hellenic. Každý za- mestnanec dostane pri nástupe do spoločnosti jeden výtlačok Pravidiel obchodného správania, do ktorého môže vždy nazrieť, keď si v nejakej situácii nebude istý: čo je a čo nie je konflikt záujmov, akú pozornosť možno prijať a čo je už úplatkom, ako používať majetok spoločnosti atď..



## Postup pri zamestnávani

V našej spoločnosti podporujeme princíp rovných príležitostí. Výber je realizovaný bez ohľadu na rasu, farbu pleti, náboženské vyznanie, pohlavie, sexuálnu orientáciu, štátnu príslušnosť, národnosť, telesné postihnutie či invaliditu. Tam, kde to charakter práce umožňuje, ponúkame našim zamestnancom prácu na skrátenej pracovnej úväzok, prácu domov alebo flexibilnú pracovnú dobu.

### Zamestnanci podľa veku:

do 20 rokov	0,2 %
21-30 rokov	23 %
31-40 rokov	46,1 %
41-50 rokov	22,1 %
51 a viac rokov	8,6 %

## 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 pre rozvíjanie svojich schopností a vedomostí hlavne pri každodennej práci (**70 % rozvoja**), a to vďaka zbieraniu skúseností zo zaujímavých a náročných úloh alebo účasti na projektoch. Intenzívne budujeme koučovú kultúru, a preto majú zamestnanci možnosť využiť pre svoj rozvoj interného alebo externého kouča (**20 % rozvoja**). Cieľom koučovania je pomôcť pri 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. zdokonaľovanie sa v práci s 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 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 svojím 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.

Odmeňovanie



## 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 v ich oddeleniach;
- intranet, ktorý funguje ako informačný portál. Zamestnanci tu nájdu odkazy na tréningovú aplikáciu 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, informácie o konkurzoch 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. Členov rady volia zamestnanci v tajnej voľbe raz za päť rokov. Rada funguje v Slovenskej republike od roku 2003, má 19 členov a je súčasťou Európskej rady zamestnancov spoločnosti Coca-Cola Hellenic, v ktorej má svojich zástupcov.



## Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci

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





### V priebehu celého roku 2011 sme...

- ... obhájili certifikáciu KORE systému,
- ... rozšírili a zdokonalili bezpečnostné a dopravné značenie v skladoch,
- ...pravidelne vykonávali meranie hlučnosti vo výrobnom závode a vykonali objektivizáciu pracovného prostredia

### V rámci programu ochrany zdravia...

- ... dvakrát ročne nacvičujeme likvidáciu mimoriadnej udalosti spojenej s celozávodnou evakuáciou zamestnancov,
- ... zamestnanci zaradení do protipožiarnej a protichemickej hliadky dvakrát ročne absolvujú praktickú prípravu likvidácie požiaru a likvidácie úniku chemikálií,
- ... vďaka programu ochrany zdravia nedošlo k zvýšeniu pracovných úrazov oproti roku 2010

Spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika pre zamestnancov pravidelne organizuje vedomostné súťaže 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 v rôznych oddeleniach, informácie o pracovných úrazoch a činnosti pracovnej zdravotnej služby, spracovaný dokument o posúdení pracovných rizík a katalóg schválených osobných ochranných pracovných pomôcok.

Propagácia  
BOZP







**Životné  
prostredie**





**Životné  
prostredie**







**Naším záväzkom je riadiť naše podnikanie tak, aby sme chránili životné prostredie a mohli 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 (The Coca-Cola Quality System, TCCQS).

Spoločnosť Coca-Cola HBC je certifikovaná podľa noriem ISO 9001 a ISO 14001, má zavedený systém HACCP. Norma ISO 14001, týkajúca sa environmentálneho 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** 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, prostredníctvom ktorých 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 potrebné 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 naším 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.

## Energia

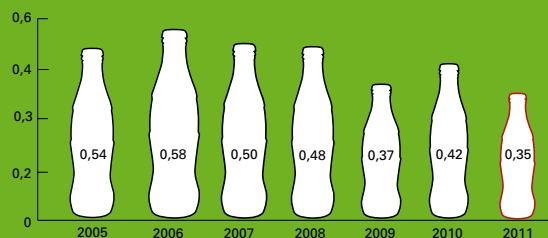
Rovnako ako sme si stanovili za cieľ spotrebu použitej vody, záleží nám aj na znižovaní spotreby energie, čo dosahujeme okrem iného aj používaním úspornejšej techniky a svetidiel.



Množstvo vody potrebné na výrobu jedného litra nápoja



Spotreba energie v MJ na výrobu jedného litra nápoja



## Medzinárodný deň Dunaja 2011

Danubius, Donau, Duna, Dunav, Duňarea, Danube... alebo jednoducho Dunaj. Druhá najväčšia európska rieka (2 857 km). Jej povodie spája trinásť európskych krajín a viac ako 80 miliónov ľudí. Na Slovensku má Dunaj celých 172 kilometrov.

V júni 1994 zástupcovia podunajských krajín podpísali v Sofii Dohovor o spolupráci pri ochrane a trvalom využívaní Dunaja. Slovenská republika uvedený dohovor ratifikovala koncom roka 1997 a do platnosti vstúpil 22.10.1998. Aktivity v rámci dohovoru riadi a koordinuje Medzinárodná komisia pre ochranu Dunaja (ICPDR) so sídlom vo Viedni. S cieľom upriamiť zvýšenú pozornosť na ochranu rieky Dunaj pri príležitosti 10. výročia podpísania dohovoru komisia vyhlásila 29. jún za Deň Dunaja – Danube Day. V tento deň sa krajiny ako Nemecko, Rakúsko, Slovensko, Maďarsko, Bosna a Hercegovina, Bulharsko, Chorvátsko, Česká republika, Moldavsko, Rumunsko, Srbsko, Slovinsko, Ukrajina a ďalšie zapájajú do spoločných osláv rieky Dunaj. Organi-

zujú aktivity pre odbornú, ale aj širokú laickú verejnosť, ale najmä pre deti a mladú generáciu, aby sa informácie o rieke Dunaj a potreba chrániť riekú dostali do širšieho povedomia verejnosti. Slovensko sa zapája do osláv rieky Dunaj pravidelne od roku 2004.

**Pri príležitosti Medzinárodného dňa Dunaja pripravilo Ministerstvo životného prostredia SR v spolupráci so spoločnosťou Coca-Cola HBC Slovenská republika a so svojimi rezortnými organizáciami Vodohospodárskou výstavbou a Slovenským vodohospodárskym podnikom na Vodnom diele Gabčíkovo podujatie - Medzinárodný deň Dunaja. Do Gabčíkova minulý rok napokon zavítalo takmer 3 000 ľudí.**

Výstavba sústavy vodných diel Gabčíkovo-Nagymaros bola jedným z najväčších vodohospodárskych projektov v Európe. Po takmer 20-ročnej prevádzke je možné konštatovať naplnenie predpokladaných pozitívnych účinkov. V celom úseku vodného diela sa na oboch stranách Dunaja významne zvýšila protipovodňová bezpečnosť územia. V úseku

medzi Bratislavou a Sapom sa vytvorila plavebná cesta so zabezpečenou plavebnou hĺbkou 3,5 m. Pozitívny vplyv bol zaznamenaný aj v ramennej sústave. Zastavilo sa vysychanie koryta, sústava je trvale napájaná prevzdušnenou vodou z nápuštného objektu pri obci Dobrohošť. Cez plavebné komory VD Gabčíkovo bolo od roku 1992 preplavených 295 443 plavidiel a 4 993 101 osôb. Vodné dielo sa stáva oddychovou zónou pre obyvateľov Bratislavy a okolitého regiónu, miestom stretnutí milovníkov cyklistiky z podunajských krajín. Okolité obce sa stali atraktívnymi miestami na bývanie, rekreáciu a šport. Unikátny areál vodných športov vychováva permanentne nových reprezentantov Slovenska, olympijských víťazov, majstrov sveta a Európy. Jedinečným prínosom ku kultúre Slovenska je galéria Danubiana s ponukou výstav európskych a svetových umelcov.

**Pre milovníkov prírody bola k dispozícii interaktívna maďarsko-slovenská putovná výstava Život vtákov**



**v Dunajských luhoch a infostánok Bratislavského regionálneho ochrannárskeho združenia (BROZ) zameraný na tému ochrany vnútrozemskej delty Dunaja. Obidve aktivity podporil medzinárodný projekt LIFE.**

Na podujatí sa premietali filmy s environmentálnou tematikou. Nechýbali ani ukážky práce **dobrovoľného hasičského zboru, výcviku psa - terapeuta** a rady lekára ako žiť kvalitnejšie a zdravšie. Niekoľko tímov, zložených zo zástupcov organizátorov tohto podujatia, sa pochváli svojim kuchárskym umením pri varení guláša, halászlé a iných kulinárskych špecialít. Tím ministra životného prostredia Józsefa Nagya varil sumčí paprikáš s haluškami a bryndzové halušky so slaninkou.

**Súčasťou každoročných osláv Dňa Dunaja bola už ôsmy rok umelecká súťaž pre deti zo všetkých podunajských krajín – Dunajský majster umenia. Ocenenie z rúk ministra životného prostredia SR Józsefa Nagya si prevzala víťazná Základná škola s vyučovacím ja-**

**zykom maďarským v Marcelovej, a to za dielo Dunaj – koláž z kamienkov a mušlí, ktorá znázorňovala rybára na Dunaji. Od vzniku súťaže v roku 2004 vytvorili deti takmer 15 000 prírodných umeleckých diel. Súťaž vyhlasuje Globálne vodné partnerstvo pre strednú a východnú Európu (GWP CEE) a Medzinárodná komisia pre ochranu rieky Dunaj (ICPDR)**

**Súčasťou programu sú hudobné vystúpenia základných umeleckých škôl a ďalšie umelecké vystúpenia. Najlepšie výsledky športových aktivít, hier a atrakcií boli odmenené aj voľnými vstupmi do ZOO Bojnice a vybranej sprístupnenej jaskyne na Slovensku.**

**Medzinárodný  
deň Dunaja  
2011**





## 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 sú nainštalované kontajnery na triedený odpad a zamestnanci sú osvetou vedení k tomu, aby odpad správne triedili.

Popri jednoznačnej prioritě zameranej na kvalitu produktov, sa v rámci neustálych inováčných snáh usilujeme o zavádzanie takých obalov, ktoré čo najmenej zafažujú životné prostredie. Aj z tohto dôvodu znižujeme hmotnosť našich obalov (ide rádovo až o desiatky percent v závislosti od veľkosti balenia) alebo tzv. panenský PET materiál dopĺňujeme materiálom recyklovaným (niektoré naše obaly obsahujú až 20 % recyklovaného PET). V roku 2011 sme znížili hmotnosť uzáverov na PET fľaše. Následne sa znížila aj hmotnosť preforiem pre fľašku s obsahom 2 l PET, a to o 3 % v porovnaní s minulým rokom.



hmotnosť obalu v gramoch

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	zniženie o
0,5 L PET Bonaqua	23	18					19 %
1,5L PET Bonaqua	43	36					16 %
0,33 L vratné sklo Coca-Cola	444	333,5					25 %
0,33 L vratné sklo Fanta & Sprite		432	308				29 %
0,5 L PET Nestea, Cappy Ice Fruit			23	18			10 %
1,5 L PET Nestea				39	36		8 %
2 L PET sýtené nápoje (Coca-Cola, Fanta, Sprite, Kinley)					48	46,75	3 %



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 súčasnosti 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 separovaný 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.

Triedenie a recyklácia sú všeobecne považované za činnosti priaznivé pre životné prostredie a za jednu z hlavných ciest k trvalo udržateľnému rozvoju. ENVI-PAK ako prvý a zároveň jediný na Slovensku vyčíslil účinky zberu a recyklácie odpadov z obalov od občanov v slovenských mestách a obciach na životné prostredie. Všetci partneri zapojení do systému oprávnenej organizácie ENVI-PAK sa významne podieľajú na znížení produkcie globálnych emisií a na ochrane životného prostredia. Separovaný zber obalových odpadov v systéme ENVI-PAK a ich následné využívanie výrazne šetrí spotrebu energie, vody, surovín, produkciu odpadu a produkciu emisií spôsobujúcich globálne otepľovanie, acidifikáciu, eutrofizáciu a tvorbu fotooxidantov. Systém zberu, zhodnocovania a recyklácie odpadov z obalov oprávnenej organizácie ENVI-PAK prispel v roku 2011 k úspore emisií skleníkových plynov a energie v množstve 27 224,09 t CO<sub>2</sub> a 450 804 298,53 MJ energie.



V spolupráci s odborníkmi z Českej republiky Ing. Mariou Tichou a Ing. Bohumilom Černíkom vznikla inventarizačná analýza dopadov separovaného zberu papiera, plastov a skla na životné prostredie. Cieľom štúdie bolo orientačne vypočítať a popísať environmentálne vplyvy spojené so zberom, zhodnocovaním a recykláciou papiera, plastu a skla z komunálneho odpadu, a to do fázy náhrady primárnej suroviny.

**Na základe zozbieraných údajov a výpočtov boli prostredníctvom zberu, prepravy vytriedeného odpadu, následného dotriedenia, zhodnotenia a recyklácie zabezpečovanej prostredníctvom systému oprávnenej organizácie ENVI-PAK naša spoločnosť prispela k úspore emisií skleníkových plynov a energie v možnosti 643,57 t CO<sub>2</sub> a 13 176 520,17 MJ energie.**

Uvedomujeme si, že európske ciele recyklácie sa budú plniť len vtedy, keď bude odpad triediť čo naj-

viac 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. V roku 2011 ENVI-PAK spoločne so štátnym tajomníkom Ministerstva životného prostredia vyzvali návštevníkov festivalu, aby namiesto zanechania ekologickej stopy na prírode vytvorili na Pohode symbolickú eko-stopu pomocou odtlačkov svojich rúk alebo nôh. Odtlačkom na tejto eko-stope stovky návštevníkov vyjadrili svoje odhodlanie správať sa k životnému prostrediu priateľsky.



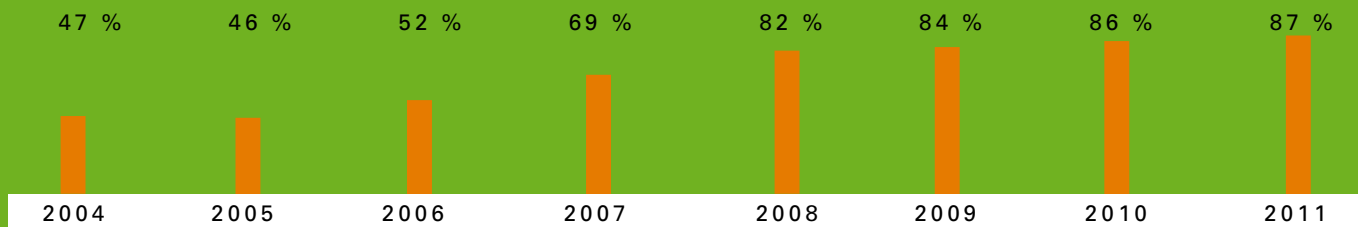


## Zelený bod

**ENVI-PAK** je zároveň prevádzkovateľom systému ZELEŇÝ BOD na Slovensku. Systém ZELEŇÝ 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. ZELEŇÝ 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 %





**Prostredie  
trhu**





**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 budeme ponúkať 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 budeme budovať spoľahlivé, súdržné, vzájomne prínosné vzťahy,
- robiť marketing s rešpektom k ekonomickým, sociálnym a kultúrnym súvislostiam.

## Novinky

Preto, aby sme mohli našim spotrebiteľom ponúkať nápoje, ktoré zodpovedajú trendom v oblasti životného štýlu, neustále rozširujeme naše portfólio a každý rok uvádzame na trh niekoľko novinek. V priebehu roku 2011 to boli tieto:

- pri príležitosti osláv 125 rokov svojej existencie predstavila Coca-Cola retro kolekciu historických dizajnov 0,33 l plechoviek Coca-Cola, ako aj limitované symbolické balenie Coca-Coly v balení 1,25 l PET;
- pramenitá voda Bonaqua sa objavila v nových príchuťiach – hruška & medovka a červený pomaranč;
- obľúbený ľadový čaj Nestea je teraz dostupný v novom variante Nestea čierny čaj s príchuťou tropického ovocia;
- energetický nápoj Monster predstavil novinku monster Khaos (energetický, ľahko sýtený, nápoj s 50 % podielom džúsu z jablák, pomarančov, broskýň, bieleho hrozna, ananásov a mandarínok).

## 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 na všetky príležitosti.

Kompletný prehľad nájdete v závere tejto správy.



Rovnako ako široká ponuka nápojov, tak aj druhy balenia kopírujú najčastejšie spotrebiteľské príležitosti. V ponuke našich produktov máme sklenené vratné fľaše s obsahom 0,2, 0,25 a 0,33 l, plechovky s obsahom 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 na džúsy značky Cappy či sklenené fľaše umožňujúce opätovné uzavretie používané pre minerálnu vodu značky Romerquelle.

... v rôznych baleniach





## Zodpovedný marketing - Záväzky UNESDA

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

- neumiestňuje v médiách žiadnu reklamnú komunikáciu zameranú na deti do 12 rokov,
- vystríha sa priameho reklamného oslovenia detí, aby presviedčali rodičov o kúpe firemných výrobkov.

Naša spoločnosť ďalej presadzuje dobrovoľné záväzky asociácie UNESDA voči Európskej platforme aktivít v oblasti stravy, fyzických aktivít a zdravia<sup>(3)</sup>. Aby naplnila tieto záväzky, rozhodla sa od začiatku roku 2007 nepredávať sýtené nealkoholické nápoje na slovenských základných školách a nahradí 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

### Komunikácia so zákazníkmi

Snaha nájsť optimálny spôsob zákazníckeho servisu sa odráža aj v spôsobe komunikácie so zákazníkom. O každého zákazníka sa stará konkrétny kvalifikovaný obchodný zástupca, ktorý ho navštevuje v pravidelných cykloch, ktoré nie sú dlhšie ako jeden mesiac. Pri svojich pravidelných návštevách plní obchodný zástupca spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika najmä úlohu odborného poradcu, ktorý je schopný poradiť, aký sortiment a v akom balení je pre danú prevádzku z hľadiska zákazníka i spotrebiteľa optimálny, navrhne a dodá vhodné materiály na podporu predaja, zaistí vhodné predajné zariadenie a zoznámi zákazníka s tým, ako najlepšie usporiadať v zariadení náš tovar s ohľadom na jeho predajnosť, navrhne a zaistí optimálnu objednávku, vybaví všetku potrebnú administratívu pre zaistenie závozu, skontroluje expiráciu produktov na prevádzke, funkčnosť a čistotu predajného zariadenia a ďalších materiálov na podporu predaja, vybaví prípadné reklamácie, zoznámi zákazníka s novinkami, špeciálnymi ponukami a s promočnými akciami pre zákazníkov a spotrebiteľov.







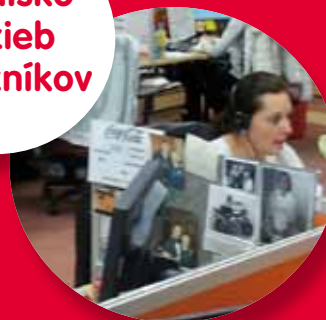
## Zákaznícky časopis

Spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika vydáva už dva roky vydáva časopis „Coca-Cola svet“, ktorý je určený pre zákazníkov spoločnosti a ktorý si kladie za cieľ prinášať užitočné informácie použiteľné pri ich každodennej práci, ako aj všeobecné informácie zo sveta nápojov, obchodu, zaujímavosti zo sveta Coca-Coly, trochu zábavy a možnosť vyhrať hodnotné ceny v súťažiach.

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 ktorej 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.

Na zlepšenie našich služieb sme zaviedli tzv. SPOC (Single Point of Control). Cieľom je zjednodušiť komunikáciu v prípade riešenia problémov – každý telefónny operátor je zodpovedný za prijatý hovor od začiatku až do konca, čím sa nemyslí položenie telefónu, ale vyriešenie požiadavky volajúceho pomocou špeciálne pripravenej databázy.

## Stredisko služieb zákazníkov



## Distribúcia tovaru zákazníkom



Veľmi významnou službou, ktorú Coca-Cola HBC Slovenská republika ponúka svojim zákazníkom, je doprava tovaru na miesto určenia zadarmo. K dobrému fungovaniu tejto služby prispieva aj to, že väčšinu tovaru na miesto určenia zavážame vlastnými špeciálne upravenými nákladnými autami, ktoré minimalizujú manipulačný čas u zákazníkov.

## Zabezpečovanie kvality

Prvoradým záujmom našej spoločnosti je v každej oblasti nášho podnikania snažiť sa dosiahnuť 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 výrobnej šarže sa uschovávajú departážne vzorky pre prípad neskoršej kontroly. Laboratórium funguje 24 hodín denne, 7 dní v týždni.



## 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 sa eviduje v reklamačnom protokole a nezhodný tovar (t.j. taký, ktorý neodpovedá vysokým kvalitatívnym nárokom spoločnosti Coca-Cola) sa okamžite vymení alebo nahradí iným. Na proces vybavovania reklamácií sú pracovníci obchodného oddelenia pravidelne a dôkladne zaškoľovaní.

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, t.j. v reštauráciách, baroch, kinách či obchodoch tak, aby každý, kto si náš nápoj kúpi, mal istotu prvotriednej kvality.





**Spolupráca  
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 domovov 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 našej podpore dovoliť to, čo si bežne môžu dovoliť ich rovesníci 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, mnohé

z nich po prvýkrát živote videli more. V minulom roku sme detský domov podporili sumou 7 000 €. Za toto obdobie našej spoločnej spolupráce sme detský domov podporili sumou viac ako 75 000 €.

**Pravidelne zabezpečujeme pitný režim na akcie tejto nadácie, či už ide 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 všeobecne 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, združenie SPOSA-T na pomoc osobám s autizmom, Nadácia Plaváček a mnohé ďalšie.

**Naša spoločnosť už niekoľko rokov spolupracuje aj Nadáciou LÚČ zo Žiliny, ktorá organizuje Festival Dni**

**Nádeje. Na 17. ročníku sa zúčastnilo takmer 7 000 detí a ide o najväčší protidrogový festival na Slovensku, ktorý pomohol znížiť počet narkomanov a zlepšil informovanosť mládeže, pedagógov i rodičov o prevencii. 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 neopomenúť ani kultúrnu časť – detské akadémiu s vyhodnotením jednotlivých súťaží, či už výtvarných, literárnych alebo športových.**





## Coca-Cola vianočný kamión opäť na Slovensku

Coca-Cola vianočný kamión po niekoľkoročnej prestávke opäť brázdil aj po slovenských cestách a navštívil rôzne mestá po celom Slovensku. počas celého decembra navštívil Coca-Cola vianočný kamión dovedna 16 slovenských miest, o jedno viac ako v predchádzajúcom roku 2010. Vianočná trasa odštartovala 5.12. v Bardejove a následne bolo možné kamión stretnúť aj v ďalších mestách, ako sú Vranov nad Topľou, Košice, Levoča, Kežmarok, Liptovský Mikuláš, Námestovo, Žilina, Považská Bystrica, Banská Bystrica, Trenčín, Nitra, Trnava, Nové Zámky, a 19.12. sme túto výnimočnú udalosť ukončili v Pezinku. Pred samotným príchodom kamiónu sa otvorila vianočná dedinka, kde bolo pripravené množstvo atrakcií. Tí najmenší si mali možnosť vymalovať vlastné vianočné kahačienky, alebo vyrobiť vlastnú vianočnú pohľadnicu. Pre tých starších tu boli k dispozícii herné konzoly s tematickými hrami, alebo písanie priání a želaní a ich projekcia. Všetci však netrpezlivo čakali na ten spomínaný a očakávaný kamión, na ktorý sa najviac tešili najmenšie ratolesti. Každé dieťa poslú-

ne čakalo na chvíľu, kedy sa bude môcť odfotiť sa so Santom Clausom. Táto 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 vyzbierať takmer 8 000 €. Celkovo si Coca-Cola vianočný kamión prišlo pozrieť takmer 70 000 ľudí.



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 už 8. ročník kultúrno-spoločenského podujatia „Dožinky 2011“. Vajnorské dožinky patria medzi vyhľadávané akcie a našli si už svoje pravidelné miesto v kalendári podujatí nielen Bratislavy, ale aj celého regiónu. Cieľom podujatia je okrem ľudovej zábavy predovšetkým prezentácia vajnorských ľudových zvykov, krojov, piesní, tancov, tradičných jedál a remesiel.

**Ďalej môžeme spomenúť napr. letné slávnosti obce Bckov, Jánošíkove dni v Terchovej, Abovské folklórne dni, Medzinárodný deň detí v Lúke, Modrovke, Hrádku, Hôrke atď..**



**Spolupráca  
s miestnymi  
samosprávami**





## Šport, aktívny životný štýl a kultúra

Naším cieľom je podporovať aktívny životný štýl – mnoho odborníkov potvrdzuje, že aktivity 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).

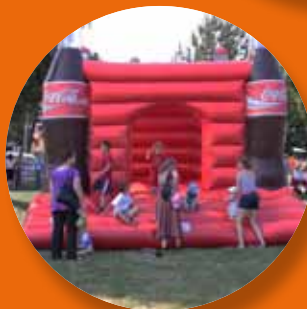
Niekoľko rokov podporujeme projekt „**Na kolesách proti rakovine**“. Ide o projekt, ktorý každoročne organizuje mesto Piešťany a je určený pre deti základných škôl. Podujatie „Na kolesách proti rakovine“ sa koná už od roku 2003. Za jeho vznikom stojí Radovan Kaufman, víťaz dráhovej cyklistiky z Paralympijských hier v Sydney. Ten svoj boj s rakovinou vo veku 25 rokov prehral. Do projektu sa každoročne zapája takmer šesťdesiat miest a obcí na Slovensku.

Ako ďalšiu spoluprácu by sme radi uviedli projekt „**Fragaria Cup**“. Ide o jeden z najväčších žiackych futbalových turnajov v strednej Európe, ktorý začal svoju históriu písať v roku 2002

ako turnaj 48 tímov zo 6 krajín. Turnaj sa hral len v jednej vekovej kategórii chlapcov (U9). V roku 2003 to už bolo 85 tímov z 8 krajín. Vznikla tradícia vlajkového sprievodu účastníckych družstiev pešou zónou mesta Prešov, vyvrcholením ktorého býva bohatý kultúrny program a slávnostné otvorenie turnaja. V roku 2005 Prešov privítal po prvýkrát zástupcov z exotického Cypru. Vtedy mal svoju premiéru aj turnajový maskot – veвериčiak „FRAGI“. Fragaria Cup sa rokmi postupne rozrastal a pribúdali žiacke kategórie a aj účastnícke krajiny. Konečný počet vekových kategórií sa ustálil na 8 chlapčenských kategóriách (U8, U9, U10, U11, U12, U13, U14, U15) a jednej dievčenskej (A15). Minulý rok sa uskutočnil už 10. jubilejný ročník, tentokrát s účasťou 252 chlapčenských a dievčenských družstiev z 19 krajín sveta. Svoje futbalové kvality ukázali a krásny futbal na vysokej úrovni, plný emócií a futbalového umenia predviedli mladí futbalisti a futbalistky z Českej republiky, Maďarska, Poľska, Rumunska, Ukrajiny, Lotyšska, Ruska, Bieloruska, Litvy, Estónska, Srbska, Slovinska, Bulharska, Chorvátska, Macedónska, Veľkej Británie, Holandska, Filipín a Slovenska.

Okrem toho sme podporili množstvo iných športových podujatí, ktoré sa konali na celom Slovensku, či už išlo o futbal, hokej, hokejbal, volejbal, tenis, ale nechýbal ani nohejbal, vodné pólo, vodné športy, letné kempy, gymnastika a golf. Taktiež sme podporili **Majstrovstvá Slovenska v motokrose, juniorské majstrovstvá Slovenska v krasokorčuľovaní, cyklistické preteky v Bratislave, plážový volejbal v Košiciach, Zvolenský maratón, Budimírsky maratón, City Run (v Košiciach, Michalovciach, Spišskej Novej Vsi), Hry komunikácie, ME v džude žiakov** a mnoho ďalších.

Z ďalších kultúrnych podujatí, ktoré sa konali na Slovensku a ktoré sme podporili, môžeme spomenúť napr. festival – **Tajvan Leto, Topfest, Fun Rádio Dohoda, Toto je Hip-Hop, Širava Fest, Okey Leto, Bee Free, Minikvas, Rock pod Kameňom, Terchovský Budzogáň, Východná Folk Fest, Červenik**. Už niekoľko rokov spolupracujeme s divadlom **West** a pitným režimom sme podporili 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 výrobnou spoločnosťou, ale predovšetkým s našou každodennou prácou a úspechmi, ktoré sme na slovenskom trhu dosiahli. Každému 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 2011 náš závod navštívilo takmer 3 500 žiakov z celého Slovenska.



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



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](http://www.coca-cola.sk)

Zodpovedný redaktor: Marian Pavelka

Realizácia: MOLOKO ateliér s.r.o., [www.molokoatelier.cz](http://www.molokoatelier.cz)