



**Zpráva o udržitelném  
rozvoji 2020**

# NÁŠ ROK 2020 V ČESKU A NA SLOVENSKU



PŘEHRÁT ÚVODNÍ VIDEO



**410 milionů litrů vyrobených a prodaných nápojů**

**17 % produkce určeno pro export do 19 zemí**

**981 zaměstnanců**

**60 tisíc zákazníků**

**2 výrobní závody, 4 distribuční centra,  
13 distribučních poboček**



Do našeho rozvoje a inovací jsme v letech 2017 – 2020 investovali téměř 2 miliardy korun



Hrdiny boje s koronavirem a blízké komunity jsme podpořili nápoji v hodnotě více jak 26 milionů korun a dále investicí 450 tisíc dolarů.



Oproti roku 2018 jsme snížili uhlíkovou stopu přepočítanou na litr vyrobeného nápoje na polovinu.



Vyměnili jsme servisní vozy za modely na CNG pohon.



Pomohli jsme růst start-upům řešícím klimatickou změnu.



Snížili jsme spotřebu vody na 1,61 l/litr vyrobeného nápoje.



V Praze 14 a na Broumovsku pečujeme o vodu v krajině.



Na výrobu našich lahví používáme až 100 % recyklované složky.



Naše plastové obaly jsou 100% recyklovatelné.



Odlehčením lahví šetříme zhruba 650 tun plastového odpadu ročně.



Dow Jonesův index udržitelnosti, přední globální ukazatel udržitelnosti, za rok 2020 hodnotí společnost Coca-Cola HBC jako nejudržitelnější nápojovou firmu světa. Je to tedy popáté za sedm let, co jsme v tomto indexu obsadili globální první místo a již desátý rok v řadě patříme mezi tři nejlepší firmy. Toto umístění je potvrzením našich výsledků v oblasti udržitelnosti, které uznávají i další respektované žebříčky v daném odvětví jako MSCI ESG, CDP Climate Disclosure a FTSE4Good Index.



Agentura CZECH TOP 100 nás zařadila mezi Obdivované firmy ČR roku 2020 a udělila nám titul HRDINA BOJE S KORONAVIREM v Česku a na Slovensku.



Odborná porota aliance Byznys pro společnost nás za rok 2020 opět zařadila mezi nejodpovědnější firmy v Česku a udělila ocenění TOP ODPOVĚDNÁ VELKÁ FIRMA.



Obsadili jsme druhé místo kategorie spotřebitelský průmysl v anketě Top Zaměstnavatelé a čtvrté místo v prestižní anketě Najzamestnávateľ na Slovensku.

# NAŠE PILÍŘE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE



## Snižování emisí a péče o klima



Snižujeme uhlíkovou stopu v celém výrobním řetězci, využíváme obnovitelnou energii, podporujeme projekty klimatické odpovědnosti

ČÍST VÍCE >



## Péče o vodu a vodní zdroje



Snižujeme spotřebu vody ve výrobním procesu, staráme se a chráníme vodní zdroje ve všech lokalitách, kde působíme

ČÍST VÍCE >



## Svět bez odpadu



Dodáváme na trh 100% recyklovatelné obaly, zvyšujeme v nich podíl recyklované složky a odlehčujeme jejich váhu, podporujeme aktivity správného nakládání s odpady

ČÍST VÍCE >



## Zajišťování zdrojů



Spolupracujeme pouze s dodavateli, kteří sdílí naše hodnoty, postoj k ochraně životního prostředí, dodržování lidských práv a odpovědný přístup

ČÍST VÍCE >



## Výživa a zdraví



Inovujeme portfolio, aby odpovídalo nejnovějším trendům a potřebám spotřebitelů; zvyšujeme podíl nekalorických produktů a na každé lahvi transparentně uvádíme výživové hodnoty

[ČÍST VÍCE >](#)



## Naši lidé



Dbáme o diverzitu a inkluzivní přístup v rozvoji naší společnosti, pečujeme o zdraví a pohodu našich zaměstnanců

[ČÍST VÍCE >](#)



## Komunity a sousedé



Vzděláváme mladé a znevýhodněné, podporujeme komunity kolem nás, dbáme na dobré sousedské vztahy v lokalitách, kde působíme

[ČÍST VÍCE >](#)



# SNIŽOVÁNÍ EMISÍ A PÉČE O KLIMA



S vědomím dopadu naší činnosti na životní prostředí se snažíme nalézat udržitelná řešení pro současné klimatické výzvy.

V souladu se skupinovou politikou ochrany životního prostředí:

- snižujeme spotřebu energie v našich provozech,
- využíváme alternativní nebo obnovitelné zdroje energií,
- omezujeme vlastní uhlíkovou stopu a podporujeme odpovědné projekty,
- vykazujeme emise, aktuální výsledky a činnosti související se skleníkovými plyny, a to v souladu s Protokolem skleníkových plynů.

Věděli jste, že...



...v roce 2020 se nám podařilo snížit uhlíkovou stopu přepočítanou na litr vyrobeného nápoje oproti roku 2018 na polovinu?



## Méně emisí v našich provozech

Zavázali jsme se, že do roku 2025 snížíme přímé uhlíkové emise v našem provozu o 30 % a k tomu, že 50 % z celkové energie využívané v našich závodech bude pocházet z obnovitelných a čistých zdrojů. Ve všech provozech jsme zavedli mezinárodně uznávaný systém environmentálního managementu (ISO 14000) a systém managementu hospodaření s energií (ISO 50001).

## 100 % elektřiny z obnovitelných zdrojů ✓

Pro výrobní závod v Praze odebíráme 100 % elektřiny z obnovitelných zdrojů.



Našim zákazníkům zapůjčujeme **energeticky úsporné chladničky**. Jsou o **57 % úspornější**, využívají nová chladiva a nepřispívají ke globálnímu oteplování. V roce 2020 naše tzv. iCoolers ušetřili 72 tun CO<sub>2</sub>.

## 16,25 g CO<sub>2</sub>/litr vyrobeného nápoje ↓

V roce 2020 jsme snížili CO<sub>2</sub> na litr vyrobeného nápoje až na 16,25 g, tedy na polovinu oproti roku 2018. Daří se nám sledovat nastavený trend (2019: 23,59 g; 2018: 32 g)

## 0,37 MJ/litr vyrobeného nápoje ↓

Díky inovacím a modernizaci výrobních linek v pražském závodě jsme snížili spotřebu energie na 0,37 MJ/l. V závodě Natura jsme v roce 2020 spotřebovali 0,28 MJ/l. Od roku 2008 to tedy znamená snížení spotřeby na méně než polovinu.





Náš servis zákazníkům je postaven na přímém kontaktu v jednotlivých provozovnách. V roce 2020 jsme využívali 480 automobilů pro administrativní a obchodní účely.

### Spotřeba 5,93 l/100 km

Usilujeme o efektivní jízdu a tedy o co nejefektivnější spotřebu našich osobních vozidel. V roce 2019 to bylo 5,67 l/100 km, což je o 10 % méně než v roce 2012. Spotřeba osobních automobilů v roce 2020 stoupla na 5,93 l/100 km vzhledem ke změně dieslových pohonů na benzinové.

### Pražské dodávky již ušetřily 13,2 tun CO2

Od prosince 2019 využíváme pro zásobování Prahy celkem 10 nových hybridních vozů značky Mitsubishi. V souvislosti s nedostatkem řidičů jsme se rozhodli místo externích dopravců vytvořit vlastní tým 12 řidičů. Naše dodávky do února 2021 ujeli již 200 000 km a ušetřili 13,2 tun CO2.

### Nová flotila CNG servisních vozů

S vědomím dopadu naší činnosti na životní prostředí se snažíme nalézat udržitelná řešení pro současné klimatické problémy opravdu v každém ohledu. CNG tak vyhrálo nejen kvůli svým vlastnostem, ale zejména právě díky dopadu na životního prostředí.

#### Co plánujeme do roku 2021:

Ekologičtější alternativa dopravy by v roce 2021 měla přinést další snížení emisí CO2, a to až o 11 % za vozy do 3,5 t. Navíc podle dostupných informací jsou CNG vozy ke klimatu ještě šetrnější než elektromobily. Do 3 let plánujeme přesun na ekologičtější alternativu i pro celý zbytek osobní flotily. Její emise se tak do roku 2030 sníží o 55 % v porovnání s rokem 2017.



# PODPORUJEME PROJEKTY ŘEŠÍCÍ KLIMATICKOU ZMĚNU

Jedním z nejúspěšnějších akceleračních programů řešících klimatickou změnu je Climate Challenge, jehož druhý ročník proběhl v roce 2020 a my jsme byli prostřednictvím The Coca-Cola Foundation jeho partnery.



## Co je Climate Challenge?

Jedná se o celoroční, akcelerační soutěž. Všechny vybrané projekty z Česka i Slovenska, které se věnují příčinám či dopadům klimatické změny, environmentálním tématům nebo oblasti cirkulární ekonomiky, získávají v průběhu roku komplexní podporu. Jedním z příkladů podpory může být například individuální mentoring, který provází po celou dobu akcelerace tematické workshopy (témata: právo, marketing, finance a účetnictví a další). Projekty se také účastní tzv. mastermind setkání, ve kterých získávají know-how ostatních účastníků a dělí se o své zkušenosti a kontakty. Součástí jsou také setkání s případnými investory a korporátními partnery programu, jako jsou Veolia, The Coca-Cola Foundation, Heineken, Nestlé a Institut cirkulární ekonomiky. V roce 2020 se Climate Challenge transformoval na mezinárodní projekt s novým názvem ClimAccelerator.

## Petr Vitek, Impact HUB

*„Klimatická krize je pravděpodobně největší globální problém, kterému jsme jako lidstvo kdy čelili. Je to zároveň ale také obrovská byznysová i hodnotová příležitost transformovat naši ekonomiku i vztah k přírodě. Naději na úspěch máme pouze tehdy, když vrcholové změny v oblasti regulace a samoregulace veřejného sektoru a velkých firem doplní funkční inovace zespodu. A k tomu slouží Climate Challenge.“*



# PÉČE O VODU A VODNÍ ZDROJE



Voda je pro nás zcela klíčový zdroj, a proto otevřeně komunikujeme celkovou spotřebu vody v naší firmě přepočtenou na 1 litr vyrobeného nápoje.



**1,61 l vody na litr vyrobeného nápoje** ↓

**Díky našim investicím, stavbě nových výrobních linek a modernizaci se nám daří i nadále držet trend snižování spotřeby vody ve výrobním procesu. Spotřeba vody na litr vyrobeného nápoje v Praze byla v roce 2020 1,61 l/litr vyrobeného nápoje.**

V závodě Natura jsme spotřebovali 1,45 l/litr vyrobeného nápoje. Důvodem je instalace, testování technologií a obnovení výroby pod novou značkou.



Od roku 2015 jsme držiteli zlatého certifikátu European Water Stewardship (EWS), který sleduje ochranu vodních zdrojů a je podporovaný politikou EU. V roce 2020 jsme plynule přešli na novou metodiku standardu AWS (Alliance for Water Stewardship). Jedná se o nástroj vyhodnocování a motivování k efektivnějšímu nakládání s vodou a vlivu na komunity. Daný program se nejen zaměřuje na technologické a organizační hospodaření s vodami zamezující plýtvání, ale také vliv podniku na okolní komunity, u kterých podporuje vzájemnou spolupráci. I v rámci AWS jsme v roce 2020 získali Zlatý standard, kterým jsou oceněny výrobní závody a společnosti, jež splňují veškeré hlavní požadavky za 6 oblastí hodnocení.



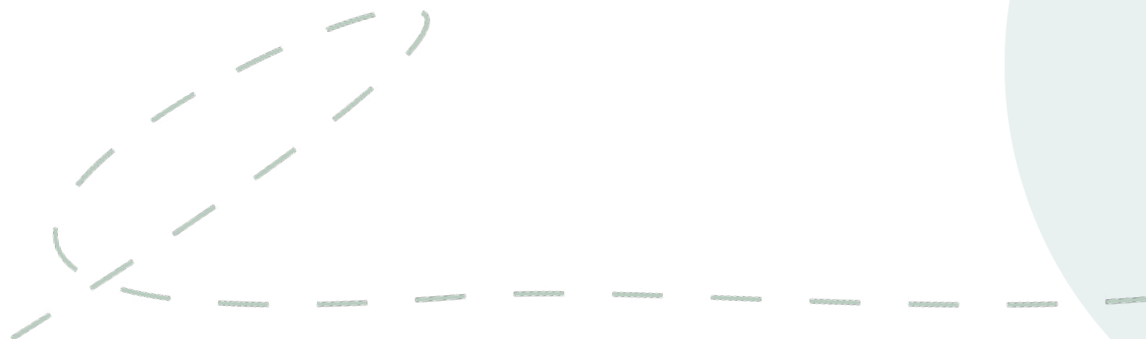
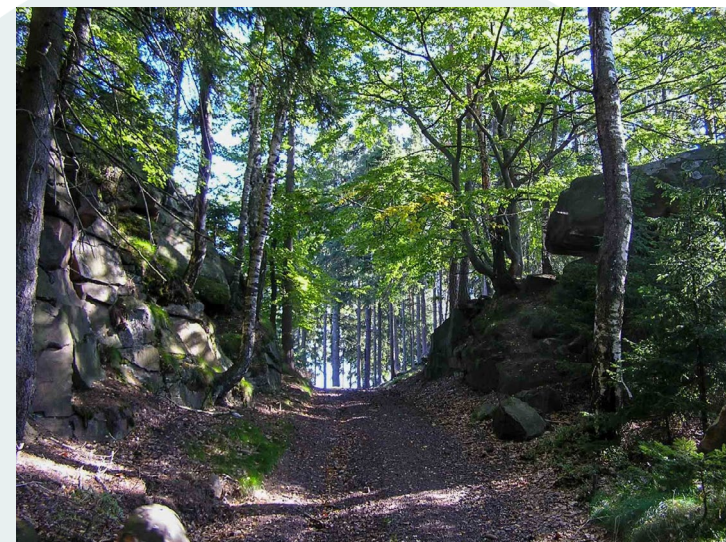
**Společnost Coca-Cola HBC Česko a Slovensko získala prestižní cenu TOP odpovědná firma v životním prostředí 2018 za projekt Minimální vodní stopa nápojů.**



# VRACÍME VODU PŘÍRODĚ

V **Praze – Kyjích** zachycujeme dešťovou vodu a vracíme ji krajině. Přispíváme tak k přirozenému ochlazení městské čtvrti s významnou betonovou zástavbou, biodiverzitě a efektivnímu využití deště pro posílení podzemních vod. Návratem vody rovnou do krajiny šetříme i náklady na zbytečné čištění dešťové vody. Při stavbě nového autonomního skladu jsme dali přednost vybudování suchého polderu před tradiční voštinovou nádrží s odvodem dešťové vody do kanalizační přípojky. Polder bude zadržovat dešťovou vodu z většiny ploch celého areálu závodu. Systém využívá **suchého polderu**, který je směřován svým řízeným odtokem o retenčním objemu 670 m<sup>3</sup> do plochy **mokřadu** o rozloze 2802,4 m<sup>2</sup>. Díky tomuto systému bude zajištěno zadržování vod nejen v lokálním areálu, ale i v Hostavickém rybníku. Zároveň se podařilo pracovní skupině snížit investiční a provozní náklady na celý systém.

Na **Broumovsku** podporujeme projekt **Adaptace krajiny na klimatickou změnu**. Strategie, vzniklá na základě tohoto projektu, bude definovat dlouhodobý přístup směřující k obnově základního vodního režimu krajiny, zvýšené vodní zadržky v ploše povodí toků, protipovodňové ochrany území i zvýšení biodiverzity.



# SVĚT BEZ ODPADU



V rámci iniciativy World Without Waste, tedy Svět bez odpadu, jsme se spolu s The Coca-Cola Company lokálně zavázali, že do roku 2025 budeme mít celé své nápojové portfolio ve 100% recyklovatelných obalech a do roku 2025 budeme ve svých lahvích využívat nejméně 50 % recyklovaného materiálu. Závazky recyklovatelnosti obalů a podílu recyklátu v plechovkách a skle jsme již v rámci produkce našich výrobních závodů v Česku splnili.

## Věděli jste, že...

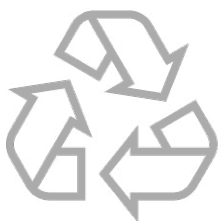


...díky odlehčení lahví ročně v Česku a na Slovensku ušetříme až 650 tun plastů?



### Těšíme se na Naturu v lahvi ze 100% recyklátu

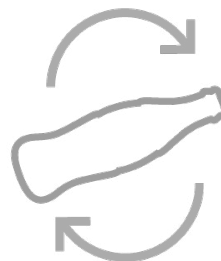
S novou PET lahví Natura vyrobenou ze 100% recyklátu, kterou uvádíme na trh začátkem roku 2021, se již nemusíte bát, že zvyšujete spotřebu plastů. Lahev je díky unikátní technologii vyrobena z již existujícího PET materiálu a jednoduše tak nevytváří další plastový odpad navíc. Vody Natura tím přináší spojení jedinečné pramenité vody a lahve šetrné k životnímu prostředí. V průběhu roku také uvedeme na trh nová balení vody Römmerquelle, rovněž vyrobená ze 100% recyklátu.



### 15,3 % recyklátu v obalech

Naším dlouhodobým cílem je navyšování podílu recyklované složky v obalech, zejména v PET lahvích. V rámci celého portfolia jsme v roce 2020 využívali průměrně 15,3 % recyklátu při výrobě nových plastových lahví.

Díky pandemickým opatřením na trhu a omezení vybrané produkce tento podíl oproti roku 2019 mírně klesl. Od roku 2021 tento podíl významně navýšíme díky převedení portfolia vod Natura a Römmerquelle do obalů vyrobených ze 100% recyklátu.



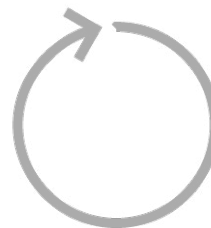
### 100% recyklovatelné obaly

Všechny naše obaly jsou recyklovatelné, tedy využitelné pro další zpracování. V České republice jsme zapojeni do integrovaného systému sdruženého plnění EKO-KOM, na Slovensku v organizaci ENVI-PAK. Dle dat těchto společností je míra třídění nápojových obalů 82 % v Česku, na Slovensku 78 %.



### 650 tun ušetřeného odpadu

V rámci inovací obalové politiky odlehčujeme naše obaly. V předešlém období se odlehčení dotklo lahví o objemu 0,5 l; 1,0 l; 1,25 l a 1,75 l. Váha PET lahví se v průměru snížila o 13 % a ročně díky tomu ubude zhruba 500 tun plastového odpadu v Česku a dalších 150 tun na Slovensku.



### 99,8 % podíl recyklovaného odpadu

Ve výrobním závodě v Praze se nám podařilo navýšit podíl recyklovaného odpadu z 52 % v roce 2009 na 99,8 % v roce 2020. Dále snižujeme podíl vyprodukovaného odpadu na litr vyrobeného nápoje: z 22 g/l v roce 2008 na 6,84 g/l v roce 2020. Ve výrobním závodě Natura jsme dosáhli podílu jen 1,14 g/l.



### Jizera je opět čistá

Řeka Jizera je vodní tok, z jehož povodí získáváme vodu pro výrobní závod v Praze. Právě proto jsme pravidelným partnerem akce Čistá řeka Jizera, do které se zapojují stovky dobrovolníků a každoročně čistí celý 167 km dlouhý tok této krásné řeky. I přes koronavirová omezení a nemožnost pořádat hromadné akce se do úklidu na podzim 2020 zapojilo více než 1 250 dobrovolníků, včetně našich kolegů. Společně se vysbíralo na 2 tuny odpadu a také 550 pneumatik.



**Uklidme  
Česko**

### Společně Uklidme Česko

Cílem Coca-Coly je do roku 2030 shromáždit a recyklovat každou lahev a plechovku, kterou naše společnost prodá. Jde o závazek, který se nestane ze dne na den, a proto jsme se i letos rozhodli společně s ostatními dobrovolníky vyrazit ven a přiložit ruku k dílu. Po našem letitém aktivním zapojení se jako Coca-Cola systém stáváme pro rok 2021 hrdým partnerem akce Uklidme Česko.





# ZAJIŠŤOVÁNÍ ZDROJŮ – SPOLUPRÁCE S DODAVATELI



## Certifikace Rainforest Alliance

RFA je mezinárodní nezisková organizace, která pracuje na vytvoření lepší budoucnosti pro lidi a přírodu, a která vybízí k odpovědnému podnikání. Jen přibližně 6 % kávy pochází z farem certifikovaných Rainforest Alliance Certified TM. Costa Coffee získala certifikát v roce 2008 nejen pro svou kávu, ale i čokoládu. Certifikát RFA obdržely i naše ledové čaje FUZETEA.

Spolupracujeme s téměř dvěma tisíci dodavateli, z nichž většina pochází z České republiky a ze Slovenska. Na 100 % našich strategických dodavatelů podepsalo Zásady spolupráce s dodavateli. V rámci nich dbáme na spolupráci s těmi, kteří sdílí naše hodnoty, postoj k ochraně životního prostředí, dodržování lidských práv a odpovědný přístup k lidem, zdraví a bezpečnosti při práci.

V Coca-Cola HBC Česko a Slovensko máme nastavena kritéria pro hodnocení výběrových řízení, která obsahují i aspekty společenské odpovědnosti. Naši dodavatelé mají povinnost doložit jeden z následujících auditních reportů: TCCC SGP AUDIT, Unilever URSA, SMETA 6.0, AIM- Progres, SMETA 4 Pilar, GSCP Equivalent, BSCI or EICC. Pokud dodavatelé nemají výše uvedené auditní reporty, požadujeme certifikaci EcoVadis.

Jako celá skupina Coca-Cola HBC nepoužíváme složky či přísady, jež jsou geneticky modifikovány nebo pocházejí z geneticky modifikovaných organismů, a to v žádné z 28 zemí, kde působíme. Pokud vás zajímá více: [Geneticky modifikované organismy](#)

# VÝŽIVA A ZDRAVÍ



S našimi spotřebiteli prožíváme vše, co je zajímavá, podporujeme jejich aktivní životní styl a snažíme se jim nabídnout takové nápoje, které splňují jejich představy o vyváženém pitném režimu. I v roce 2020 jsme proto snižovali podíl cukru v našich nápojích a dbali na naše závazky odpovědného marketingu a prodeje.



## Téměř čtvrtina portfolia je ZERO

Naši spotřebitelé mají v každé produktové řadě nealko nápojů možnost vybrat si alternativu bez cukru. Podíl prodeje nápojů bez cukru vůči celému portfoliu tvoří na 21,9 %. Naším plánem pro rok 2021 je dostat se na 25% podíl prodaných ZERO produktů z celkového objemu prodaných nápojů. To mimo jiné i díky uvedení řady ochucených vod Natura bez cukru a sladidel.



## Jsme odpovědní vůči dětem

Hlásíme se k odpovědnému marketingu prostřednictvím svého členství v evropské nápojové asociaci UNESDA a dodržujeme následující dobrovolné závazky: Neprovádíme marketing zaměřený na děti mladší 12 let; vystříháváme se přímého reklamního oslovení dětí, aby přesvědčovaly rodiče ke koupi našich výrobků. Dále na základních a středních školách nenabízíme slazené limonády, ledové čaje ani energetické nápoje. Naše chladicí zařízení na školách nenesou žádnou propagaci nápojů, jejich polepy jsou neutrální a vybízejí pouze k pitnému režimu.



### Jiří Pražan, Svaz výrobců nealkoholických nápojů

*„Světová zdravotnická organizace WHO organizuje pravidelně každé čtyři roky Studii HBSC (Health Behaviours in School-aged Children) v oblasti zdraví a chování školou povinných dětí. Poslední výzkum provedený v r.2018 a publikovaný v r. 2020 potvrdil, že v roce 2006 pilo denně limonády 32 % českých školáků ve věku od 11 do 15 let. Od té doby se jejich počet snížil na 14 %. Svaz výrobců nealkoholických nápojů vysoce oceňuje dlouhodobé aktivní a důsledné dodržování dobrovolných závazků svého významného člena - systému Coca-Cola - na úseku zodpovědných komerčních praktik a marketingu pro děti do 12 let a ve školním prostředí. Jsem přesvědčen, že tento přístup se pozitivně projevil ve výsledcích uvedené studie v České republice.“*

Věříme, že lidé by měli na všech našich obalech snadno najít jasné nutriční informace. Štítky na nápojích proto přehledně uvádějí obsah kalorií, cukrů, tuků, nasycených tuků a soli, a to jak v absolutních hodnotách, tak v procentech denního příjmu. Tyto údaje jsou na jednotlivých baleních uvedeny jako doporuční součást zdravé stravy a pomáhají spotřebitelům porozumět přesnému podílu konkrétního nápoje na jejich denním příjmu energie (kalorií) a cukrů.

Energie	Tuky	SFA	Cukry	Sůl
148 kcal 619 kJ	2.7g	0.5g	18g	0.1g
7%	4%	2%	20%	1%

# NAŠI LIDÉ



## ČESKO

269 žen

568 mužů

**index spokojenosti zaměstnanců 84** ↑



## SLOVENSKO

50 žen

94 mužů

**index spokojenosti zaměstnanců 88** ↑



Vážíme si dovedností a odbornosti našich zaměstnanců a společně s nimi vytváříme takové pracovní prostředí, které je motivuje a kde mají zajímavé příležitosti k rozvoji, růstu a budování vlastní kariéry.

## Jsme signatářem Charty diverzity v Česku i na Slovensku

Podporujeme diverzitu a inkluzivní firemní kulturu a podle povahy pracovní pozice nabízíme flexibilní pracovní dobu, částečné úvazky či práci z domova. Ctíme principy rovných příležitostí, bez ohledu na rasu, barvu pleti, pohlaví, sexuální orientaci, náboženské vyznání, národnost či tělesné postižení. Investujeme do získání, vzdělávání a udržení talentovaných lidí.

Věříme, že genderově vyvážené týmy pracující v inkluzivním prostředí jsou produktivnější, inovativnější a dosahují lepších výsledků. Revidujeme naše postupy a snažíme se, aby naše náborové kampaně oslovovaly každého stejně. Tvoříme také komplexní program rozvoje vedení, který umožní našim lídrům budovat různorodé pracovní prostředí, ve kterém se všichni mohou cítit na svém místě.

## Posloucháme hlas zaměstnanců

Hlásíme se k odpovědnému marketingu prostřednictvím svého členství v evropské nápojové asociaci UNESDA a dodržujeme následující dobrovolné závazky: Neprovdáme marketing zaměřený na děti mladší 12 let; vystříháváme se přímého reklamního oslovení dětí, aby přesvědčovaly rodiče ke koupi našich výrobků. Dále na základních a středních školách nenabízíme slazené limonády, ledové čaje ani energetické nápoje. Naše chladicí zařízení na školách nenesou žádnou propagaci nápojů, jejich polepy jsou neutrální a vybízejí pouze k pitnému režimu.

## Rozsáhlá nabídka benefitů pro naše zaměstnance

Neopomíjíme ani nefinanční benefity a naši zaměstnanci také mohou investovat do zaměstnaneckých akcí či získat slevy na nejrůznější rekreační a wellness pobyty. Odměnou pro věrné zaměstnance po každých pěti letech jsou výroční dárky a oslavy.

Samozřejmostí pro všechny naše kolegy je pitný režim na pracovištích i na doma, v současnosti pak také distribuce desinfekcí, roušek nebo vitamínů.

## Asistenční linka pro zaměstnance a jejich rodiny

S ohledem na náročné výzvy roku 2020 jsme pro zaměstnance a jejich rodiny spustili asistenční linku. Náš Employee Assistance Program zajišťovaný společností Morneau Shepell, je důvěrná podpora, která může pomoci vyřešit široké spektrum problémů v životě. EAP nabízí rychlou a kvalifikovanou podporu, která je přístupná 24/7.

## Věděli jste, že...



...jsme v roce 2020 uspořádali studentskou výzvu Management Challenge **již potřetí?**



## Interní univerzita Learning Labs

Platforma interní univerzity „Learning Labs“ vznikla na základě iniciativy skupiny zaměstnanců. Jedná se o efektivní formu rozvoje a sdílení zkušeností, sami zaměstnanci v různých rolích poskytují rozvoj kolegům. Oblastmi jsou kromě témat udržitelnosti prezentační a prodejní dovednosti, tréninky digitálních dovedností, anglický jazyk a konverzace, finanční tréninky apod.

Learning Labs získaly v listopadu 2019 prestižní Cenu prezidenta People Management Fora v rámci ocenění HREA Excellence Award pro nejlepší projekty v oblasti rozvoje lidských zdrojů.

Kurzy Learning Labs v roce 2020 vedlo 37 interních lektorů, kteří tak odškolili 79 kurzů pro více než 700 účastníků. V rámci celofiremního vzdělávání v roce 2020 proběhlo více jak 16 000 hodin rozvojových kurzů.

## Management Challenge

Již potřetí jsme vytvořili 6 reálných případových studií, které čtyři vysoké školy zařadily přímo do svých studijních plánů a obohatily je tak o příklady ze skutečného byznys světa. Tyto případové studie jsme také nabídli k řešení všem studentům vysokých škol v Česku a na Slovensku ve spolupráci s organizací JA Alumni.

Akce propojuje svět akademické sféry a úspěšného mezinárodního byznysu. V rámci soutěže mají studentské týmy za úkol vypracovat praktickou případovou studii a pokud uspějí, mohou vyhrát mnoho zajímavých cen jako například den s manažerem Coca-Cola HBC, finanční odměnu, WOW zážitek dle výběru nebo naše nápoje. Do dvaceti webinářů, pořádaných ve spolupráci s českými i slovenskými univerzitami, se zapojilo přes 1 800 studentů. Měli tak možnost potkat naše přední manažery a dozvědět se více třeba o našem udržitelném podnikání nebo marketingových strategiích. Celkem 17 týmů nám poslalo vypracované případové studie a 11 jich postoupilo do finále. Letos poprvé se celá soutěž uskutečnila online a my máme radost z vysoké účasti studentů.

## ★ najzamestnávateľ

**Obsadili jsme druhé místo kategorie spotřebitelský průmysl v anketě Top Zaměstnavatelé a čtvrté místo v prestižní anketě Najzamestnávateľ na Slovensku.**

Studie **TOP Zaměstnavatelé** je projektem Asociace studentů a absolventů, který probíhá mezi studenty českých vysokých škol. Je realizována ve spolupráci s prestižní výzkumnou agenturou GFK, univerzitami, studentskými organizacemi a firemními partnery.

Anketa **Najzamestnávateľ** je prestižní průzkum organizovaný společností Profesia. Cílem je přinést realistický pohled uchazečů a potenciálních zaměstnanců na Slovensku na image společnosti.

## KOMUNITY A SOUSEDÉ



O své zkušenosti se dělíme s ostatními, našim cílem je podporovat mladé lidi, komunity i jednotlivce a pomáhat tvořit život, podle jejich představ.

### To dáš! – pomáháme mladým lidem uspět a růst

V rámci projektu To dáš! podporujeme sebevědomí a sebehodnotu mladých znevýhodněných lidí formou poskytování tréninků, anebo organizováním motivačních workshopů, které zvyšují potřebné znalosti v oblasti dalšího sebe(vzdělávání), hledání si pracovních příležitostí a startu do samostatného života.

Projekt vznikl v souladu s mezinárodní strategií skupiny Coca-Cola HBC – Youth Empowered, kterou jsme přinesli do České republiky ve spolupráci s Nadací Terezy Maxové dětem již v roce 2017. V roce 2018 jsme ke spolupráci přizvali českou pobočku Mezinárodní federace koučů, s níž jsme projekt rozšířili o zaměření na studenty středních škol. V roce 2019 jsme spolu s partnerem getCLIENTS projekt představili na Slovensku. Vedle zapojení partnerů se na projektu podílejí i zaměstnanci. V rámci expertního dobrovolnictví se více jak 30 kolegů věnuje přednáškám v dětských domovech nebo na školách.

# To dáš!



## 1 718 účastníků projektu

S ohledem na uzavření škol a nemožnost pořádání hromadných přednášek jsme spolu s partnery převedli rozvojové aktivity do online prostředí. Díky tomu se nám podařilo poskytnout podporu a rozvoj 1 718 mladým lidem v Česku i na Slovensku.

### Terezie Sverdlinová, Nadace Terezy Maxové dětem

*„Jsme hrdým partnerem projektu To dáš! od jeho počátků a velmi si vážím příležitosti společně pomáhat jedné z nejzranitelnějších skupin obyvatel, mladým lidem z dětských domovů. Máme za sebou již desítky příběhů s dobrým koncem a další jsou před námi.“*



## JSME DOBRÝ SOUSED

Neustále pracujeme na dobrých vztazích s Prahou 14 - lokalitou pražského závodu, a Broumovskem - regionem pramenité vody Natura. V obou regionech se snažíme vytvářet společné projekty na podporu rozvoje kvality života a udržitelnosti.



V roce 2020 jsme stáli u vzniku pravidel udržitelných akcí konaných na Praze 14, investovali do nákupu vratných kelímků pro tyto akce a festivaly městské části. Naši zaměstnanci jsou členy Komise pro zapojování veřejnosti MA21 a pracovních skupin pro udržitelný rozvoj městské části a klimatickou adaptaci. Jako podporu životního prostředí jsme například podpořili nákup závlahových vaků nebo výsadbu stromů na území městské části. V areálu našeho výrobního závodu jsme namísto klasické retenční nádrže, postavili systém mokřadu pro zadržování dešťové vody a přirozené ochlazování okolí, který navíc pomáhá k udržení biodiverzity v oblasti.



Na Broumovsku, kde máme výrobní závod NATURA, jsme partnerem projektu Adaptace Broumovska na změnu klimatu, podporujeme kulturní akce jako jsou Broumovské diskuse, horolezecký festival nebo Rally Sudety.



# POMOCÍ ŽIJEME

Pomoc hrdinům v hodnotě více jak 26 milionů korun



S příchodem opatření proti šíření onemocnění Covid-19 jsme ve velmi rychlé době aktualizovali náš plán CSR aktivit a nastavili jasné tři priority pro ochranu zdraví, bezpečnosti i byznysu. První z nich byla ochrana zdraví našich zaměstnanců, potažmo zákazníků. Nešlo však jen o ochranné pomůcky, práci z domova, ale také ochranu pracovních míst/zaměstnanosti všech našich kolegů.

Číst více



Druhá priorita se týkala pomoci v nemocnicích, zdravotníkům, záchranářům apod., kdy jsme během tří dnů odstartovali masivní podporu a zásobování nápoji zdarma všechny velké fakultní nemocnice a nabídli pomoc všem krajským nemocnicím. Zdravotnická pomoc byla díky spolupráci s The Coca-Cola Foundation poskytnuta i Červenému kříži ve formě finančního daru ve výši 450 000 dolarů (téměř 10 mil. Kč). Zdravotnický personál jsme dále podporovali prostřednictvím našich zákazníků, kteří vařili jídla zdarma pro složky integrovaného záchranného systému.

Číst více



Třetí prioritu, jež jsme si stanovili, byla pomoc komunitám formou poskytnutí lahví na dezinfence, readaptací nápojových automatů na tzv. Rouškomaty, zásobování dobrovolnických aktivit nebo masivní podpora uzavřených lokací Uničov, Litovel a dalších.

Číst více



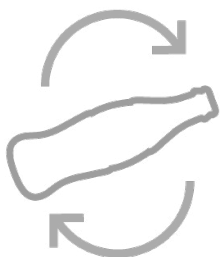
### **1 431 dobrovolnických hodin**

Naši zaměstnanci se i v roce 2020 věnovali dobrovolnictví. Pomáhali v rámci dobrovolnických spolků, rozvíjeli mladé lidi nebo pomáhali v trasování rizikových kontaktů v rámci projektu Chytrá karanténa.



### **Teribear hýbal nejen Prahou**

Již tradiční charitativní běh Teribear hýbe Prahou byl též převeden do virtuálního prostoru a díky tomu do všech koutů světa. Ano, běhalo se i v zahraničí. Celkem se s naší tradiční podporou naběhalo 1 milion km.



### **Nápoje za 8 milionů potravinovým bankám**

Dlouhodobě spolupracujeme s potravinovými bankami v Česku i na Slovensku. V roce 2020 jsme tak potřebným doručili nápoje v hodnotě téměř 8 milionů korun.



### **I my svítíme pro Světlušku**

Jsme tradičním partnerem Nadačního fondu Světluška Českého rozhlasu. Podílíme se na Nočních bžích, dodáváme nápoje Kavárně POTMĚ nebo osvěžujeme interprety Benefičního koncertu. V roce 2020 jsme podporovali online aktivity a další projekty fondu.



### **Zaměstnanecké granty čekají na znovuspuštění**

Rádi motivujeme naše zaměstnance k zapojení se do komunitního života ve všech koutech České i Slovenské republiky. Zarok 2019 jsme skrze zaměstnanecké granty podpořili v obou zemích celkem 133 akcí, jichž se zúčastnilo 33 982 osob a rozdali jsme na nich nápoje za více jak 470 000 Kč. V roce 2020 jsme byli s ohledem na koronavirová omezení a nemožnost pořádat hromadné akce nuceni program zastavit, ale jakmile to bude možné, program opět spustíme. naběhalo 1 milion km.

# ÚVODNÍ SLOVO

*"Rok 2020 byl výzvou pro nás všechny, i přesto jsme však kladli důraz na udržitelnost"*

**Dan Timotin, generální ředitel**



**NAŠI STAKEHOLDERĚ  
A MATERIALITY**

ČÍST VÍCE >

**O ZPRÁVĚ**

ČÍST VÍCE >

# NAŠI STAKEHOLDERI A MATERIALITY



V Coca-Cola HBC přistupujeme k otázkám materiality každoročně. Snažíme se tak zjistit, jak nakládat s příležitostmi a čelit rizikům, které rok přinesl. Dbáme na správnou prioritizaci agend, které mají největší dopad na ekonomiku, společnost a životní prostředí.



Každoročně vydávaná zpráva **Integrated Annual Report** skupiny Coca-Cola HBC je v souladu se zásadami Mezinárodní rady pro integrované reportování a je připravena v souladu se standardy Global Reporting Initiative. Pravidelně také kontrolujeme náš přístup ke standardům a neustálému zlepšování a využívání ověřených postupů.

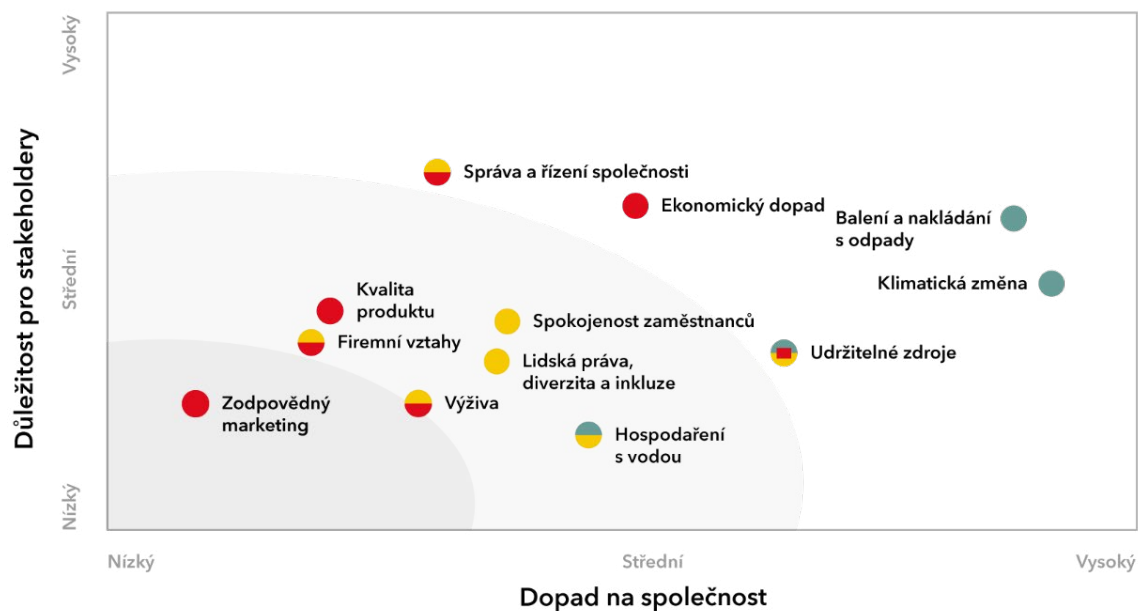
V letošním roce jsme tak například zlepšili transparentnost našich informací, které poskytujeme investorům a dalším stakeholderům a rozšířili jsme objem zveřejňovaných informací na základě doporučení Rady pro udržitelné účetní standardy (Sustainability Accounting Standards Board - SASB) jednající za společnosti vyrábějící nealkoholické nápoje.

# ROK 2020 OČIMA STAKEHOLDERŮ

Naše materiální otázky zahrnují témata, která mají významný ekonomický, enviromentální a společenský dopad nebo podstatně ovlivňují hodnocení a rozhodování našich stakeholderů. Ke konci roku 2020 jsme v rámci skupiny Coca-Cola HBC uskutečnili naše každoroční šetření významnosti mezi téměř 900 interními a externími stakeholdery. Poprvé byl tento průzkum proveden společně se společností The Coca-Cola Company, a jedná se tedy o výsledek celého našeho Coca-Cola systému. Výsledek průzkumu ukazuje žebříček významnosti jednotlivých otázek. V průzkumu se porovnává význam otázky pro naše stakeholdery spolu s dopadem dané věci na společnost a životní prostředí.

Pandemie COVID-19 velmi ovlivnila jak nejen my, ale i naši stakeholdeři přistupují k důležitosti jednotlivých otázek a měla tak vliv na rozložení jednotlivých témat. Ekonomický rozvrat způsobený pandemií měl za následek pozvednutí důležitosti ekonomického dopadu a udržitelného získávání zdrojů. Výrazně vzrostly obavy o zdraví a bezpečnost, čímž se zvýšila priorita dobrých podmínek a angažovanosti zaměstnanců. Na prvním místě bylo již potřetí v řadě obalové a odpadové hospodářství a v těsném závěsu pak dopady na životní prostředí.

## 2020



- Ekonomický rozsah
- Ekologický rozsah
- Sociální rozsah



## CO SE OD NAŠICH STAKEHOLDERŮ UČÍME?

Pochopení potřeb a zájmů našich zainteresovaných stran – včetně našich partnerů, zákazníků, dodavatelů a členů komunity i zaměstnanců – nám pomáhá vytvořit v čase správný Materiality Matrix. Ten je dále významným pomocníkem při rozvíjení udržitelné obchodní strategie.

Názory a postřehy našich zúčastněných stran aktivně vyhledáváme:

- Pořádáme každoroční mezinárodní Stakeholders Forum;
- Uskutečňujeme pohovory s klíčovými osobami s interními rozhodovacími pravomocemi a s externími partnery;
- Průběžně spolupracujeme s externími zúčastněnými stranami;
- Děláme průzkum mezi našimi vedoucími představiteli z každé funkce, země i z celé skupiny, stejně tak s více než 500 externími stakeholdery nominovanými v našich 28 trzích;
- Bereme ohled na seznam materiálních otázek The Coca-Cola Company a dalších stáčíren i potravinářských a nápojových společností;
- Nasloucháme zpětné vazbě z našeho Risk Fora Skupiny a všech registrů rizik z našich trhů.

### Řízení našich materiality issues

Výsledek našeho Materiality průzkumu představuje jejich pořadí důležitosti. Posouzením významu těchto otázek pro naše zúčastněné strany a jejich rozhodnutí v kombinaci s posouzením dopadu dané otázky na společnost a životní prostředí odvozujeme relativní význam každé otázky a podle toho je upřednostňujeme. V návaznosti na proces stanovení priorit v našich materiálních otázkách zajišťuje operační výbor jejich řádnou implementaci v celkové strategii. To zahrnuje i stanovení a zveřejnění cílů a metrik pro měření pokroku.

Naše materiální otázky jsme propojili s cíli udržitelného rozvoje (SDG), které stanovila OSN s cílem dosáhnout dlouhodobého růstu a rozvoje do roku 2030. V roce 2018 jsme při zavádění Mise udržitelnosti 2025 s našimi závazky v oblasti udržitelnosti sladili naše témata významnosti nejen s platnými cíli, ale se všemi relevantními základními cíli pro každou SDG.

## JAK POSUZUJEME MATERIÁLNÍ OTÁZKY?

Naše materiální otázky jsou ty, které mají největší význam pro naše zainteresované strany a širší skupiny akcionářů a tedy mají dopad na hodnotové hybatele naší společnosti, naše konkurenční postavení a tvorbu hodnot v dlouhodobém měřítku.

### Každoroční posouzení

Naše materiální otázky podléhají každoročnímu posouzení, abychom plně pochopili, jak řídit rizika a příležitosti, které představují. Díky tomu můžeme upřednostňovat témata, která mají největší dopad na hospodářství, společnost a životní prostředí.

Naše každoroční hodnocení významnosti je prováděno ve čtyřech fázích multioborovým týmem věnujícím se zejména naší Misi Udržitelnosti 2025.

Fáze:

- určení podstatných otázek;
- posouzení dopadu na společnost a životní prostředí;
- posouzení dopadu na zúčastněné strany nebo jejich význam;
- přezkoumání a potvrzení zjištění.

Kroky k zajištění toho, aby řízení hmotných záležitostí bylo úspěšně zakotveno v naší strategii a podnikatelské činnosti jako takové provádějí tři skupiny v rámci celé Skupiny Coca-Cola HBC.

- Tým Mise Udržitelnosti 2025 posuzuje seznam podstatných otázek a zajišťuje, aby náš přístup k udržitelnosti byl plně v souladu s našimi obchodními prioritami;
- Výbor pro společenskou odpovědnost vycházející z představenstva následně schválí prioritní seznam otázek a výslednou matici významnosti, tzv. "Materiality Matrix";
- A konečně je povinností provozního výboru ("Operating Committee") začlenit naše priority udržitelnosti do naší obchodní strategie.

Pro naše každoroční hodnocení významnosti vedeme průběžný dialog s našimi stakeholdery mezi nimiž jsou zaměstnanci, spotřebitelé, zákazníci, dodavatelé, komunity, vlády, nevládní organizace, investoři, obchodní sdružení nebo třeba akademici. Kromě toho sledujeme externí trendy a další průmyslová odvětví, a to jak je ovlivňována schopnost našeho podnikání dlouhodobě udržitelně růst.

## O TÉTO ZPRÁVĚ

Jako skupina Coca-Cola HBC vydáváme pravidelný **Integrated Annual Report**

**Pravidelně reportujeme kroky a výsledky v našich závazcích v oblasti udržitelnosti i za Českou republiku a Slovensko.** Sledujeme a vyhodnocujeme potřeby a zájmy našich klíčových partnerů a stakeholderů.

Data vstupující do Integrated Annual Reportu a lokální Zprávy o udržitelnosti jsou ověřovány **nezávislým auditorem**, společností **Denkstatt**. Poslední audit výsledků a dat provedli auditoři v lednu 2021.

V této zprávě najdete informace o naší společnosti za rok 2020. Zprávy z minulých let jsou vám k dispozici v sekci **Předkládání zpráv**.



Budeme rádi za vaše komentáře, zpětnou vazbu i dotazy

**Jan Václav Kašpar**, manažer společenské odpovědnosti a komunit  
Coca-Cola HBC Česko a Slovensko  
[vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com](mailto:vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com)

