



Coca-Cola

 **Coca-Cola HBC**
Polska i Kraje Bałtyckie

**Raport
Zrównoważonego
Rozwoju**

Spis treści

1	List Dyrektorów Generalnych systemu Coca-Cola w Polsce	3
----------	---	----------

2	System Coca-Cola	4
	Coca-Cola w Polsce	5
	Coca-Cola na świecie	9
	Odpowiedzialność za produkt	11
	Odpowiedzialne zarządzanie	15

3	Wpływ na gospodarkę	23
----------	----------------------------	-----------

4	Wpływ na środowisko	28
	Zasoby i emisje	30
	Opakowania i odpady	37

5	Wpływ na społeczeństwo	43
----------	-------------------------------	-----------

	Pracodawca	44
	Uczestnik życia społecznego	59
	Członek lokalnych społeczności	63

6	Oraporcje	65
----------	------------------	-----------



Szanowni Państwo,

[102-14]

publikacja raportu „Zrównoważonego rozwoju systemu Coca-Cola za 2020 rok” to doskonała okazja, aby wyrazić nasze uznanie dla ogromnego zaangażowania zarówno naszych pracowników, jak i partnerów naszych spółek w okresie, który nie szczędził wyzwań. Pandemia koronawirusa nieoczekiwanie zmieniła naszą rzeczywistość i znacząco utrudniła codzienne funkcjonowanie.

Tym bardziej cieszymy się, że pomimo wyzwań udało nam się wspólnie osiągnąć założone cele. Nasze podziękowania kierujemy do każdego naszego pracownika, każdego przedstawiciela naszych partnerów i każdego naszego klienta.

Mimo wielu zmian, które przyniósł rok 2020, zrównoważony rozwój i odpowiedzialność za otaczające nas środowisko pozostały naszymi priorytetami. Kontynuowaliśmy działania w ramach strategii „Świat Bez Odpadów” w zakresie zbiórki i recyklingu odpadów, projektowania opakowań inawiazywaniapartnerstw. Aktywnie uczestniczymy w pracach koalicji Polskiej Federacji Producentów Żywności i Związku Pracodawców Browary Polskie na rzecz wprowadzania producenckiego systemu kaucyjno-depozytowego w naszym kraju, dzięki któremu znacząco zwiększyliśmy zbiórkę i ponowne wykorzystanie opakowań po naszych produktach. Podejmowaliśmy również inicjatywy, które miały nas przygotować do wprowadzenia w Polsce jednej z najwyższych na świecie opłat napojowych potocznie zwaną „podatkiem cukrowym”.

Co ważne, nie wstrzymaliśmy kluczowych inwestycji - uruchomiliśmy trzy nowe linie produkcyjne, dwie w Polsce (w Krakowie

Jaak Mikkel,
Dyrektor Generalny
Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie

i w Radzyminie) oraz jedną w Varenie na Litwie. Zgodnie z zakładanym planem, otworzyliśmy też nowe biuro w Tallinie, a przestrzeń biurową w Rydze poddaliśmy całkowitej renowacji.

Pomimo wielu wyzwań, nie zwolniliśmy tempa i zrealizowaliśmy zakładane cele. Nie tylko wzmocniliśmy portfolio produktów o nowe kategorie, takie jak kawa COSTA COFFEE, ale także rozwijaliśmy ofertę Premium Spirits.

W 2020 roku kluczowe było dla nas zapewnienie bezpieczeństwa naszym pracownikom oraz ich wsparcie w przystosowywaniu się do nowej rzeczywistości poprzez zapewnienie bezpiecznych i elastycznych form pracy. Skupiliśmy się również na pomocy naszym partnerom z branży HoReCa, którzy szczególnie ucierpieli wskutek pandemii, co zostało również docenione przez zewnętrznych ekspertów. Na program wsparcia dla branży gastronomicznej przeznaczaliśmy blisko 5 mln zł. Wspieraliśmy również lekarzy, medyków i pracowników służb na pierwszej linii walki z pandemią, którzy swoim oddaniem i profesjonalną pomocą dbali o zdrowie wszystkich obywateli. Wartość naszej pomocy wyniosła 2,8 mln zł.

Usprawniliśmy wiele procesów, ale nie spoczywamy na laurach. Chcemy dalej mieć pozytywny wpływ na otoczenie społeczno-ekonomiczne i minimalizować nasz wpływ na środowisko.

Z dumą przekazujemy Państwu raport zrównoważonego rozwoju za rok 2020. Dziękujemy, że w tak trudnym okresie byliście Państwo z nami.

Natalia Stroe
Dyrektor Generalna
The Coca-Cola Company Polska i Kraje Bałtyckie



System Coca-Cola

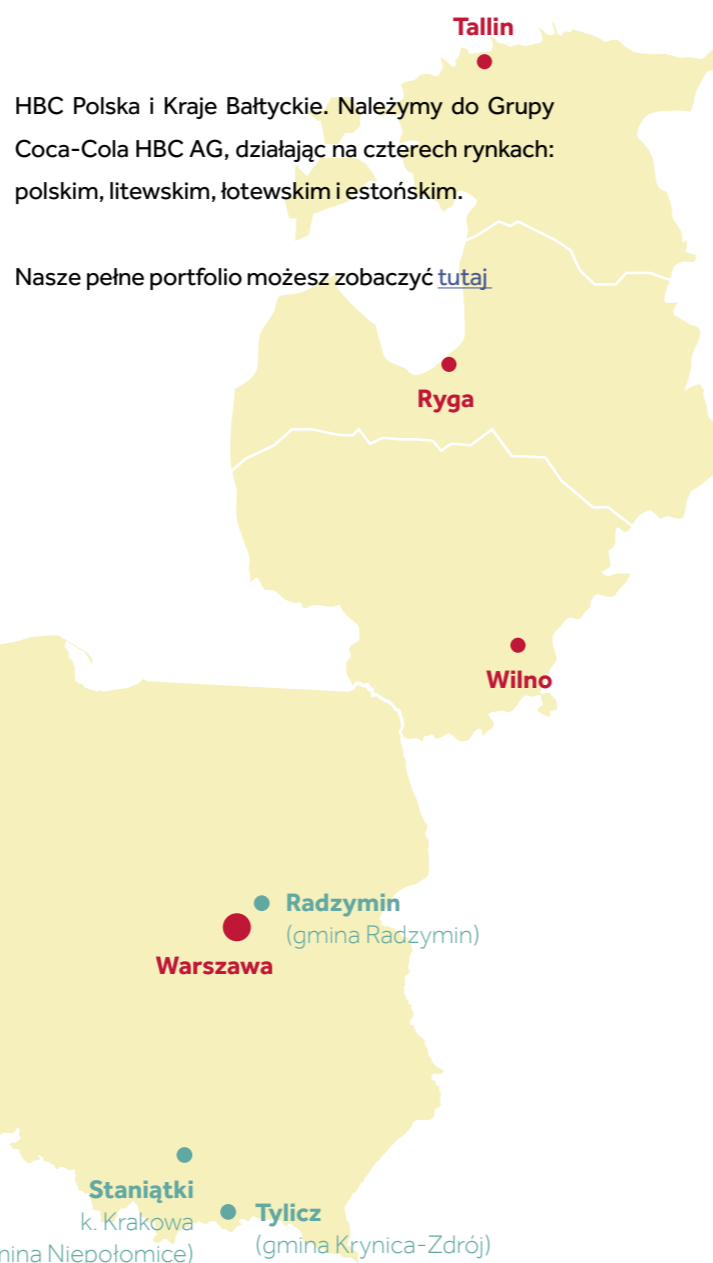
Coca-Cola w Polsce

[102-1][102-2][102-4][102-5][102-6][102-7]

Coca-Cola jest obecna biznesowo w ponad 200 krajach na świecie – w każdym działa w oparciu o system dwóch spółek; właściciela marek (The Coca-Cola Company) oraz spółki-rozlewcy, odpowiedzialnej za produkcję, dystrybucję i sprzedaż napojów. Podobnie jest na naszym rynku. System Coca-Cola w Polsce tworzą 2 spółki - Coca-Cola Poland Services Sp. z o.o. oraz Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o. Właścicielem 100% udziałów w Coca-Cola HBC jest CC Beverages Holdings II B.V. Właścicielem Coca-Cola Poland Services jest The Coca-Cola Export Corporation, której 100% udziałowcem jest The Coca-Cola Company.

Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie

Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie jest strategicznym partnerem The Coca-Cola Company. Działamy na terenie Estonii, Łotwy, Litwy i Polski, obsługując łącznie ponad 30 milionów klientów. Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie oferuje szeroką gamę gotowych do spożycia napojów bezalkoholowych w segmentach napojów gazowanych, soków, wód, napojów sportowych, napojów energetyzujących, napojów herbacianych. Coca-Cola HBC Polska jest producentem i dystrybutorem napojów – oddziałem Coca-Cola Hellenic Bottling Company i jednym z największych na świecie rozlewców napojów The Coca-Cola Company. Jako Coca-Cola HBC Polska jesteśmy częścią wspólnej jednostki biznesowej Coca-Cola



HBC Polska i Kraje Bałtyckie. Należymy do Grupy Coca-Cola HBC AG, działając na czterech rynkach: polskim, litewskim, łotewskim i estońskim.

Nasze pełne portfolio możesz zobaczyć [tutaj](#).

[102-3]

Nasza centrala znajduje się w Warszawie, a pozostałe biura krajowe w Wilnie, Rydze i Tallinie.

Skala działalności

[102-7]

	2020	2019
Całkowita liczba pracowników	1 771	1 834
Całkowita liczba operacji	1	1
Liczba oferowanych produktów lub usług (w tym przypadku marek)	26	23

W The Coca-Cola Poland Services Sp. z o. o. na koniec 2020 roku było zatrudnione 122 osoby.

Wyniki finansowe spółki Coca-Cola HBC Polska są przedstawione zbiorczo w zintegrowanym raporcie rocznym Grupy Coca-Cola HBC.

Coca-Cola w Polsce

23
Marki

Prawie
1800
pracowników

92%

Produktów sprzedanych w Polsce jest wyprodukowanych w naszym kraju

Coca-Cola HBC Polska ma w Polsce trzy zakłady produkcyjne – w Radzyminie, Staniątkach oraz Tyliczu.



Spółka Coca-Cola Poland Services jest przedstawicielem The Coca-Cola Company. Świadczy usługi konsultingowe w zakresie badań rynku, strategii marketingowych oraz jakości produktów, a także prowadzi działalność związaną z wodą mineralną i Centrum Usług Wspólnych dla spółek powiązanych. Realizuje działania związane z marketingiem produktów, reklamą, zarządzaniem marką oraz promocjami konsumenckimi.



Nagrody i przynależność do organizacji

[102-13]

W systemie Coca-Cola w Polsce dzielimy się naszym doświadczeniem i kształtujemy otoczenie rynkowe. Nasze spółki należą do ważnych organizacji działających na rynku polskim.

Coca-Cola Poland Services:

- [Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców](#)
- [Związek Przedsiębiorców i Pracodawców](#)
- [Amerykańska Izba Handlowa \(American Chamber of Commerce in Poland\)](#)
- [Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy](#)
- [Forum Odpowiedzialnego Biznesu](#)

Coca-Cola HBC Polska:

- [Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców](#)
- [Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK](#)
- [Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań SA](#)
- [Forum Odpowiedzialnego Biznesu](#)
- [Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej](#)

[102-12]

Dobrowolnie przyjęte deklaracje i kodeksy

Coca-Cola Poland Services:

- [Cele Zrównoważonego Rozwoju](#) (Sustainable Development Goals) – cel 5 i 8. W ramach Agendy 2030 zobowiązaliśmy się do aktywizacji 100 tys. kobiet. Na koniec 2018 roku osiągnęliśmy wynik 200 tys.

- [EU Pledge](#) (odpowiedzialny marketing)
- [Evolved Nutrition Labelling](#)
- List intencyjny na rzecz optymalizacji wartości energetycznej i składu produktów spożywczych w Polsce (poprzez sygnatariusza, tj. Polską Federację Producentów Żywności Związek Pracodawców).

Coca-Cola HBC Polska kieruje się w swojej działalności zasadami i wytycznymi zrównoważonego rozwoju w oparciu o:

- [Cele Zrównoważonego Rozwoju](#) (Sustainable Development Goals): cel 6. i cel 12. W ramach Agendy 2030 zobowiązaliśmy się do zmniejszenia całkowitego zużycia wody w procesach produkcyjnych oraz zmniejszenia zużycia surowca PET.
- [Protokół Gazów Ciepłarnianych](#) (Greenhouse Gas Protocol)
- [Alliance for Water Stewardship \(AWS\)](#)
- [Zobowiązania EU Pledge](#), (odpowiedzialny marketing)
- List intencyjny na rzecz optymalizacji wartości energetycznej i składu produktów spożywczych w Polsce (poprzez sygnatariusza, tj. Polską Federację Producentów Żywności Związek Pracodawców).



Nie pracujemy dla nagród, ale oczywiście jest nam bardzo miło, że nasza praca jest doceniana przez niezależnych ekspertów. **W 2020 roku mieliśmy zaszczyt otrzymać m.in.:**



- Wyróżnienie w konkursie Employer Branding Excellence Awards 2020 w kategorii Kampania internetowa za realizację tegorocznej edycji konkursu dla studentów Brand Opener.



- Nagrodę Siła Przyciągania – najlepsza kampania employer brandingowa przyznawana przez Puls Biznesu we współpracy z PwC.



- Tytuł Best Quality Employer 2020 przyznany przez Centralne Biuro Certyfikacji Krajowej - tytuł stanowi docenienie wysiłku włożonego w budowanie kompleksowej polityki kadrowej firmy oraz dowód naszej silnej pozycji na rynku pracy.



- Wyróżnienie Friendly Workplace 2020 od redakcji MarkaPracodawcy.pl przyznawane firmom, które cechują się nowoczesnym podejściem w obszarze polityki personalnej i rozwoju pracowników.



- Certyfikat organizacji Great Place to Work, światowego autorytetu w dziedzinie kultury miejsca pracy. Wyróżnikiem certyfikacji Great Place to Work jest rygorystyczny, oparty na danych ilościowych model oceny doświadczenia pracowników w miejscu pracy.

ZŁOTE SPINACZE

- Nominację do nagrody public relations Złote Spinacze za projekt REDefine your limits w kategorii Research&Insight.



- Pierwsze miejsce w branży FMCG w prestiżowym w prestiżowym Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2020 przygotowywanym przez Koźmiński Business Hub.



- Srebrny Listek CSR Tygodnika Polityka.

- 9 nowych dobrych praktyk CSR zorganizowanych przez Coca-Cola HBC zostało wymienionych w Rapocie Odpowiedzialny Biznes w Polsce 2020.

Coca-Cola na świecie

Globalny system Coca-Cola tworzą The Coca-Cola Company oraz około 300 firm-partnerów, w tym Grupa Coca-Cola HBC AG.

The Coca-Cola Company jest największą i najbardziej znaną na świecie firmą z branży napojowej. Produkty firmy są dostępne w ponad 200 krajach. Główna siedziba spółki znajduje się w Atlancie w stanie Georgia w USA. Coca-Cola Hellenic Bottling Company z kolei jest jednym z największych pod względem sprzedaży rozlewców napojów The Coca-Cola Company. Jego produkty docierają do ponad 590 mln konsumentów. Główna, międzynarodowa siedziba Grupy Coca-Cola HBC znajduje się w Szwajcarii, a sama spółka notowana jest na londyńskiej giełdzie (London Stock Exchange), a także na giełdach w Atenach oraz w Nowym Jorku w ramach notowania równoległego (tzw. secondary listing).

W notowaniach Indeksu Dow Jones 2020, jednego z wiodących światowych wskaźników zrównoważonego rozwoju, Coca-Cola HBC uznano za europejskiego lidera branży napojowej w tym obszarze. Już po raz siódmy w ciągu 8 lat Coca-Cola HBC zajęła pierwsze miejsce w Europie. Ze swoim najwyższym wynikiem w historii plasuje się na drugim miejscu na świecie – po raz dziesiąty z rzędu znalazła się w pierwszej trójce.

Zrównoważony rozwój całego systemu Coca-Cola zależy od współpracy, dzielenia się wartościami i doświadczeniem zdobytym przez The Coca-Cola Company oraz poszczególne podmioty, dlatego wszystkie spółki wzajemnie wspierają się na każdym etapie prowadzonej działalności biznesowej.




Odpowiedzialność za produkt

Portfolio

Nasze portfolio budowane jest zgodnie ze strategią 24/7, tak aby oferować napoje na każdą okazję i porę dnia. Produujemy, sprzedajemy i dystrybuujemy napoje gazowane najbardziej znanych marek, takich jak Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Sprite i Fanta. W naszej ofercie znajdują się również wody, soki, mrożone herbaty, napoje na bazie roślin oraz napoje energetyzujące. Oferujemy szeroki wybór napojów słodzonych, niskosłodzonych oraz

nieposiadających cukru w różnych wariantach opakowań dostosowanych do stylu życia naszych konsumentów.

W 2020 roku do naszego portfolio dołączyła również kawa COSTA COFFEE w wariacie do domu, a także alkohole wysokojakościowe, takich marek jak: Brown Forman, Edrington czy Campari, które dystrybuujemy.

 Nasze pełne portfolio produktów dostępne jest [tutaj](#).



Jakość produktów

[103-1] aspekt: produkt: Zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta

Bez względu na markę, którą produkujemy i jej popularność wśród klientów uznajemy tylko jedną jakość – najwyższą. Nasze napoje spełniają wszystkie wymogi prawa, a w wielu obszarach je przewyższają. Stosujemy certyfikacje zewnętrzne oraz nasze wewnętrzne polityki. Wszystkie nasze produkty spełniają wysokie standardy jakości i bezpieczeństwa żywności. Przestrzegamy wszystkich zewnętrznych, obowiązujących nas norm oraz regulacji wewnętrznych, do których należą:

Polityka w zakresie jakości i bezpieczeństwa żywności

Naszym celem jest dostarczanie produktów,


opakowań i usług wysokiej jakości, które odpowiadają na oczekiwania klientów i konsumentów związanych z produktami marek wysokiej klasy. Nasze produkty muszą być przede wszystkim bezpieczne.

Program głównych zasad dla dostawców

Program obejmuje m.in. kwestie wpływu na środowisko naturalne. Firmy dostarczające surowce, opakowania oraz półprodukty przechodzą ścisłą selekcję i są poddawane naszemu audytowi jakościowemu.

Stanowisko w kwestii organizmów modyfikowanych genetycznie

Nie wykorzystujemy surowców modyfikowanych genetycznie ani pochodzących z organizmów modyfikowanych genetycznie.

 Wszystkie nasze firmowe polityki dostępne są [tutaj](#)

Nasze produkty i zakłady spełniają normy:

[416-1], [103-2], [103-3] aspekt: produkt: Zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta

ISO 9001

Wszystkie nasze zakłady posiadają certyfikat ISO 9001. Oprócz zakładów produkcyjnych, systemem certyfikacji ISO 9001 Coca-Cola HBC Polska objęła również Dział Techniczny oraz Dział Sprzedaży. Oznacza to, że zewnętrznym normom jakościowym podlegają również sprzęt chłodniczy i automaty do sprzedaży napojów, wszystkie procesy magazynowania, dystrybucji i sprzedaży naszych produktów. Certyfikaty z zakresu jakości są odnawiane co 3 lata, a corocznie są poddawane audytowi.

ISO 14001

Wszystkie nasze zakłady produkcyjne od wielu lat posiadają wdrożony System Zarządzania Środowiskiem zgodny z normą ISO 14001.

AWS

Wszystkie zakłady produkcyjne Coca-Cola HBC Polska otrzymały złoty certyfikat zarządzania zasobami wodnymi wydany przez Alliance for Water Stewardship. To potwierdzenie jakości systemu zarządzania zasobami wodnymi. Nasze zakłady były pierwszymi w Polsce obiektami z tym certyfikatem.

FSSC 22000:2010

W 2009 roku rozpoczęliśmy certyfikację naszych zakładów produkcyjnych pod kątem standardu bezpieczeństwa żywności PAS 220:2008. Standard ten w sposób szczegółowy precyzuje wymagania dobrych praktyk produkcyjnych i higienicznych w ramach procesów produkcyjnych oraz międzynarodowego łańcucha dostaw produktów

spożywczych. Zakłady w Radzyminie i w Tyliczu zostały poddane certyfikacji w 2010 roku, a zakład w Krakowie w 2011 roku.

W kolejnych latach wszystkie zakłady produkcyjne rozpoczęły przygotowania do certyfikacji pod kątem standardu FSSC 22000:2010. Standard ten zawiera wymagania normy ISO 22000 opartej na zasadach HACCP, specyfikację techniczną PAS 220 oraz specyficzne wymagania dodatkowe. Zakład w Krakowie uzyskał certyfikat potwierdzający zgodność ze standardem FSSC 22000 w 2012 roku, a zakłady w Radzyminie i Tyliczu w 2013 roku.

HACCP wprowadziliśmy w naszej firmie wiele lat przed tym, jak zaczął być wymagany polskimi przepisami prawa. Jest to system, którego celem jest wyeliminowanie zagrożeń dla zdrowia konsumenta danego produktu oraz zapewnienie przestrzegania odpowiednich norm we wszystkich produkowanych przez Coca-Cola HBC Polska produktach. Umożliwia rozpoznanie możliwych do wystąpienia zagrożeń, określenie ich wpływu na zdrowie konsumenta oraz określenie stopnia prawdopodobieństwa wystąpienia stanu niepożądanego i wyeliminowanie zagrożenia.

ISO 45001

Wszystkie trzy zakłady produkcyjne Coca-Cola HBC Polska otrzymały też certyfikat ISO 45001 pozwalający zapewnić najwyższe standardy bezpieczeństwa pracy w zakładach.

[416-2]

Wysokie standardy jakości i bezpieczeństwa żywności, a także przestrzeganie przepisów i regulacji wewnętrznych, przynoszą spodziewane efekty. W 2020 roku w polskich spółkach systemu Coca-Cola nie odnotowano żadnych przypadków niezgodności z prawem i regulacjami w kwestiach wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo.

Skład naszych produktów i ich znakowanie

[103-1][103-2][103-3] aspekt: marketing i oznakowanie
[416-1][417-1][417-2][417-3]

Marketing jest ważną częścią naszej działalności, to dzięki niemu docieramy do konsumentów z informacją o naszych produktach, nowościach i kampaniach. Dokładamy wszelkich starań, aby wszystkie nasze aktywności marketingowe były prowadzone odpowiedzialnie, w zgodzie z naszą Polityką Odpowiedzialnego Marketingu, a także zgodnie z Kodeksem Etyki Reklamy, którego jesteśmy sygnatariuszem. Nie reklamujemy naszych produktów do dzieci poniżej 12 roku życia. W 2020 roku w naszych spółkach nie stwierdzono ani jednego przypadku niezgodności z regulacjami, dobrowolnymi kodeksami oraz zasadami komunikacji marketingowej dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach. Nie odnotowaliśmy również przypadku

niezgodności z prawem i regulacjami w kwestiach wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo.

Na każdym naszym produkcie klienci znajdują informacje o składzie, a także o wartościach odżywczych. Dodatkowo, od 2018 roku testujemy dobrowolne, dodatkowe znakowanie wartości odżywczych kolorami. System oznaczeń wzorowanych na kolorach świateł ulicznych (ang. Traffic Lights Labelling System) umieszczony z przodu opakowania w prosty sposób informuje, czy dany produkt ma wysoką (czerwony), średnią (pomarańczowy) czy niską (zielony) zawartość cukrów, tłuszczu, nasyconych kwasów tłuszczowych i soli w odniesieniu do przeciętnego zapotrzebowania dorosłego człowieka na te składniki. Stosowane przez nas oznaczenia mają pomóc konsumentom w dokonywaniu bardziej świadomych wyborów dla zbilansowanej diety.

Dobra praktyka!

Etyczna reklama

Jesteśmy członkami Rady Reklamy, która tworzy Kodeks Etyki Reklamy. W 2020 roku - w okresie, w którym w większym niż normalnie stopniu społeczeństwo korzystało z mediów - Rada przeprowadziła kampanię „**Nie czekaj! Reaguj! Masz wpływ na reklamę**”. Celami kampanii było ułatwienie konsumentom reakcji na te przekazy reklamowe, które ich zdaniem naruszają standardy etyczne oraz zwiększenie świadomości odbiorców na znaczenie rzetelnej i etycznej reklamy. Do Rady nie wpłynęła żadna skarga na reklamę naszych napojów.



W 2020 roku napoje o obniżonej lub zerowej zawartości cukru stanowiły

25%

naszego portfolio

Dobra praktyka!

Obniżona kaloryczność

Europejscy producenci napojów bezalkoholowych od lat działają na rzecz dostarczania coraz mniej kalorycznych produktów. Najnowsze dane wskazują, że w latach 2015-2019 w Europie w napojach bezalkoholowych zmniejszono ilość cukrów dodanych o 14,6%. Te działania to odpowiedź branży na apel Komisji Europejskiej, aby do 2020 roku o 10% zredukować cukier dodawany do napojów bezalkoholowych. Niezależni analitycy z GlobalData potwierdzają, że udało się osiągnąć zamierzony cel, a nawet go przekroczyć.

Blisko 15% redukcję cukru dodawanego do napojów bezalkoholowych udało się osiągnąć dzięki:

- zmianie receptur, zakładającej zmniejszenie ilości dodawanego cukru, przy zachowaniu pierwotnego smaku napojów;
- wprowadzeniu nowych produktów o różnych poziomach słodkości;
- zwiększeniu dostępności produktów w małych opakowaniach, które wspierają kontrolę spożycia i wielkość porcji;
- promowaniu produktów w wersji bez cukru/kalorii i o niskiej zawartości cukru.

Dobra praktyka!

Lodówki dedykowane wariantom zero

Od 2019 roku w sklepach w kilkudziesięciu polskich miastach są nasze lodówki dedykowane wyłącznie wariantom napojów bez kalorii. Ich wprowadzenie to odpowiedź na potrzeby konsumentów, którzy podczas swoich wyborów w pierwszej kolejności kierują się kalorycznością napoju.

Dobra praktyka!

Odpowiedzialna sprzedaż

W szkołach i przedszkolach nie prowadzimy sprzedaży ani promocji naszych marek lub produktów za wyjątkiem wody, soków 100% oraz produktów marki AdeZ (napoje roślinne z dodatkiem soków owocowych).

Odpowiedzialne zarządzanie

Misja Zrównoważonego Rozwoju 2025

Jesteśmy firmą prowadzącą biznes w odpowiedzialny sposób. Angażujemy się w inicjatywy środowiskowe i społeczne, aby jak najlepiej odpowiadać na wyzwania dzisiejszego świata. Zrównoważony rozwój stanowi nieodłączny element kultury biznesowej Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie i ma fundamentalne znaczenie dla naszej strategii biznesowej. Naszym celem jest tworzenie wartości i dzielenie się nią ze wszystkimi naszymi interesariuszami. Podejście to definiuje sposób, w którym prowadzimy naszą działalność oraz wpływamy na nasze otoczenie.

Pierwsze nasze zobowiązania w zakresie zrównoważonego rozwoju ogłosiliśmy w 2006 roku. Od tego czasu nieustannie monitorujemy i publikujemy nasze postępy w realizacji tych zobowiązań. W 2018 roku publicznie ogłosiliśmy

Ład korporacyjny

[102-18]

Coca-Cola HBC jest zarządzana zgodnie z amerykańskim i brytyjskim modelem nadzoru korporacyjnego. Na jej czele stoi Rada Dyrektorów wybierana przez akcjonariuszy, w ramach której funkcjonują Komitety, w tym Komitet Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Bieżącym zarządem nad korporacją zajmuje się dyrektor generalny

nasze zobowiązania dotyczące zrównoważonego rozwoju, które zawarliśmy w Misji Zrównoważonego Rozwoju 2025. Misja bazuje na sześciu głównych filarach dotyczących zrównoważonego rozwoju. Stworzyliśmy ją, w oparciu o nasze strategiczne priorytety i wartości. Misja jest zgodna z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG):

- **redukcja emisji,**
- **mniej użyć wody i odpowiedzialne zarządzanie jej zasobami,**
- **Świat bez Odpadów,**
- **zaopatrzenie,**
- **odżywianie,**
- **nasz ludźmi i społecznościami.**

Misję Zrównoważonego Rozwoju 2025 uzupełniają dobrowolnie przyjęte przez spółki Systemu Coca-Cola w Polsce deklaracje i kodeksy.

wybrany przez Radę Dyrektorów. Rada dokonuje przeglądu wyników Grupy w odniesieniu do jej długoterminowej strategii, nadzoruje pracę dyrektora generalnego, odpowiada za ustalenie celów i strategii spółki oraz wspiera realizację jej długoterminowej, zrównoważonej wizji. Poszczególne jednostki biznesowe, takie jak Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie, zarządzane są przez Zespół Zarządzający, na czele którego stoi dyrektor generalny.

ZOBOWIĄZANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2025

REDUKCJA EMISJI

1. **OBNIŻENIE EMISJI W NASZEJ DZIAŁALNOŚCI**
Obniżenie bezpośredniej emisji dwutlenku węgla o **30%**
2. **OBNIŻENIE EMISJI W SKLEPACH NASZYCH KLIENTÓW**
50% lodówek w sklepach naszych klientów będzie energooszczędne
3. **WIĘCEJ ENERGII ODNAWIALNEJ**
50% wykorzystywanej energii w naszych fabrykach pochodzącej będzie z odnawialnych i czystych źródeł
4. **W 100% ODNAWIALNA I CZYSTA ENERGIA ELEKTRYCZNA**
100% całej energii elektrycznej używanej w naszych fabrykach w UE i Szwajcarii będzie pochodzić z odnawialnych i czystych źródeł

MNIEJSZE ZUŻYCIE WODY I ODPOWIEDZIALNE ZARZĄDZANIE ZASOBAMI WODNYMI

5. **REDUKCJA ZUŻYCIA WODY W REGIONACH ZAGROŻONYCH DEFICYTEM WODY**
Zmniejszenie wykorzystania wody w fabrykach znajdujących się na terenach zagrożonych deficytem wody o **20%**
6. **100% DOSTĘPNOŚCI WODY W REGIONACH ZAGROŻONYCH JEJ BRAKIEM**
Pomoc w zagwarantowaniu dostępności wody dla wszystkich lokalnych społeczności na obszarach zagrożonych deficytem wody

ŚWIAT BEZ ODPADÓW

7. **OPAKOWANIA RECYKLOWALNE W 100%**
100% naszych opakowań konsumenckich będzie zgodne z recyklingu
8. **WIĘCEJ BUTELEK PET Z RECYKLINGU**
35% wszystkich butelek PET będzie pochodziło z materiału PET z recyklingu lub z odnawialnych materiałów
9. **WIĘCEJ ZEBRANYCH ODPADÓW**
Pomoc w zbiórce ekwiwalentu **75%** naszych opakowań, które trafiają do konsumentów

ZAOPIATRZENIE

10. **ZAOPIATRZENIE**
100% głównych składników będzie pochodzić z upraw prowadzonych wg zasad zrównoważonego rolnictwa

ODŻYWIENIE

11. **MNIEJ KALORII W PORTFOLIO NAPOJÓW GAZOWANYCH**
Obniżenie kaloryczności o **25%** na 100 ml bezalkoholowych napojów gazowanych

NASI LUDZIE I SPOŁECZNOŚCI

12. **PROMOWANIE ZASAD BEZPIECZEŃSTWA WŚRÓD PRACOWNIKÓW**
Dążenie do zmniejszenia wskaźnika wypadków o **50%** oraz zredukowania do zera ofiar śmiertelnych w wypadkach przy pracy.
13. **PEŁNA RÓWNOWAGA PŁCI**
50% stanowisk kierowniczych będzie zajmowane przez kobiety

14. **WSPIERANIE NASZYCH SPOŁECZNOŚCI W ZDOBYWANIU WIEDZY**
Zaangażowanie **10%** aktywnych członków lokalnych społeczności w menedżerskie programy rozwojowe

15. **ZWIĘKSZENIE SKALI FLAGOWEGO PROGRAMU DLA MŁODYCH #YE**
#Youth Empowered - przeszkolenie miliona młodych ludzi

16. **WSPÓŁPRACA ZERO WASTE (ZERO ODPADÓW)**
Zawarcie 20 partnerstw dotyczących współpracy Zero Waste (miasta i/lub wybrzeże)

17. **WOŁONTARIAT**
Zaangażowanie przynajmniej **10%** pracowników w akcje wolontariackie

Kwestie ładu korporacyjnego reguluje Kodeks postępowania Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie . Dokument szczegółowo opisuje wiele zasadniczych dla spółki kwestii, m.in.:

- ochrona informacji niejawnych,
- ochrona zasobów firmy,
- rzetelność prowadzonej dokumentacji,
- przeciwdziałanie praniu brudnych pieniędzy,
- unikanie konfliktów interesów,
- polityka prezentowa i przejrzystość relacji,
- uczciwa konkurencja,
- przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu,
- poszanowanie poufności i niewykorzystywanie informacji wewnętrznych,
- poszanowanie praw człowieka,
- poczucie odpowiedzialności za otoczenie.

Kodeks postępowania jest zarządzany w sposób niezależny, obiektywny i konsekwentny. Odpowiada za to Komisja Etyki i Przestrzegania Zasad składająca się z kierowników wyższego szczebla. Nadzór nad Komisją pełni: dyrektor finansowy, radca prawny i Komisja ds. Audytu w Zarządzie.

Zarządzanie ryzykiem

[102-11]

Nasza organizacja stosuje Zasadę ostrożności (przezorności). Funkcjonujący w firmie system zarządzania ryzykiem korporacyjnym i sytuacjami kryzysowymi (Incident Management and Crisis Resolution, w skrócie IMCR) pozwala odpowiednio wcześniej rozpoznawać zagrożenia i unikać niebezpiecznych sytuacji, a w przypadku kryzysu – szybko podjąć właściwe działania. W dedykowanym systemie korporacyjnym raz w miesiącu odbywa się aktualizacja mapy ryzyk, omawiana comiesięcznie

Na dzień 31 grudnia 2020 roku w skład Zespołu Zarządzającego Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie wchodziło 10 dyrektorów:

- **Jaak Mikkel**
Dyrektor Generalny
- **Kostantinos Vairlis**
Dyrektor Finansowy
- **Izabela Wanatowska**
Dyrektor Sprzedaży w Polsce
- **Darko Saravanja**
Dyrektor Sprzedaży w Krajach Bałtyckich
- **Tomasz Krzyżewski**
Dyrektor ds. Prawnych
- **Natasa Josic**
Dyrektor ds. Marketingu
- **Rafał Palczak**
Dyrektor Działu Rozwoju Strategii Handlowych
- **Dorota Peter**
Dyrektor ds. Zarządzania Łańcuchem Dostaw
- **Katarzyna Borucka**
Dyrektor ds. Public Affairs i Komunikacji
- **Liza Shybanowa**
Dyrektor ds. HR

na poziomie zarządu. Do każdego ryzyka jest przygotowywany plan działania oraz przypisywana jest osoba odpowiedzialna za realizację planu. Dwa razy w roku mapa ryzyk i związane z nimi statusy działań są raportowane do oficera ds. ryzyka na poziomie Grupy Coca-Cola HBC. W procesie zarządzania ryzykiem uwzględniamy też kwestie środowiskowe, którymi zarządzamy zgodnie z międzynarodowymi standardami. Wszystkie nasze zakłady produkcyjne od wielu lat posiadają wdrożony System Zarządzania Środowiskiem zgodny z normą ISO 14001.

Etyka i wartości

[102-16]

Działamy zgodnie z wartościami, które stanowią podstawę naszej codziennej pracy - to one nas wyróżniają i motywują, inspirują i dodają energii.

Nasze wartości

Pozyskiwanie klientów: Jesteśmy firmą działającą w obszarze sprzedaży, której celem jest dostarczanie innowacyjnych rozwiązań w celu tworzenia wspólnej wartości.

Dbamy o nasz zespół: Naszą pasją jest zapewnienie możliwie najlepszych warunków pracy dla oraz rozwój naszego zespołu.

Doskonałość: Dążymy do jak najlepszych wyników, zaskakując klientów pasją i tempem działania.

Uczciwość: Zawsze robimy to, co słuszne, a nie tylko to, co łatwe, bierzemy odpowiedzialność za wyniki.

Uczenie się: Słuchamy, mamy naturalną ciekawość uczenia się i mądrze podejmujemy ryzyko.

Działamy jako zespół: Współpracujemy w sposób elastyczny, aby czerpać siłę z różnorodności naszych zespołów.

Członkowie organu zarządzającego

100% członków zarządu Coca-Cola HBC w Polsce zostało zapoznanych z polityką i procedurami antykorupcyjnymi firmy i przeszkolonych w tym zakresie.

Nowi pracownicy

Polityka i procedury antykorupcyjne Coca-Cola HBC są przekazywane wszystkim nowym pracownikom w procesie onboardingu.

Pracownicy

Wszystkim naszym pracownikom zostały zakomunikowane polityki i procedury antykorupcyjne. Co dwa lata każdy pracownik powinien odbyć szkolenie on-line z zakresu tych

[103-1], [103-2], [103-3] aspekt: Przeciwdziałanie korupcji i zachowania antykonkurencyjne [205-3]

Jesteśmy etyczną firmą. Wszystkich w Coca-Cola HBC obowiązuje Kodeks Postępowania w Biznesie. Jego zapisy dotyczą m.in. jakości produktów, bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony informacji, potencjalnych konfliktów interesów. Kodeks jednoznacznie zakazuje też jakichkolwiek form korupcji i łapownictwa. Kwestię tę reguluje także oddzielna polityka antykorupcyjna Coca-Cola HBC Polska, który pomaga pracownikom unikać niepożądanych zachowań i sytuacji. W 2020 roku nie stwierdziliśmy w systemie firm Coca-Cola w Polsce przypadku korupcji.

Nasza polityka antykorupcyjna i Kodeks Postępowania w Biznesie zapewniają naszym pracownikom niezbędną wiedzę i narzędzia do wykrywania i zapobiegania łapówkarstwu i korupcji. Pokazuje im również, gdzie mogą znaleźć więcej informacji.

polityk. Wierzymy, że szkolenia spełniają też rolę prewencyjną w zapobieganiu jakimkolwiek praktykom korupcyjnym.

Partnerzy biznesowi

Coca-Cola HBC współpracuje wyłącznie z dostawcami i partnerami, którzy zaakceptowali i zobowiązali się do przestrzegania polityki antykorupcyjnej firmy oraz Kodeksu Postępowania w Biznesie. Odpowiedni rozdział znajduje się również w umowach prawnych zawieranych z partnerami i dostawcami firmy.

Polityka antykorupcyjna i Kodeks Postępowania w Biznesie są dokumentami publicznymi i mogą być pobrane ze stron korporacyjnych.

205-2 Szkolenia dla pracowników i kadry menedżerskiej poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym

Szkolenia dotyczące przeciwdziałania korupcji

Każdy pracownik Coca-Cola HBC Polska co dwa lata, a każdy nowy pracownik na początku pracy, przechodzi szkolenie dotyczące Kodeksu

Postępowania w Biznesie i Polityki Antykorupcyjnej. Pracownicy Coca-Cola Poland Services odbywają szkolenia przypominające, skoncentrowane na wybranym aspekcie etyki, raz na rok. W rezultacie 100% naszej załogi ma aktualne szkolenia. Szkoleniami tymi jest również objęta kadra zarządzająca.

Komunikacja obowiązujących w organizacji polityk i procedur antykorupcyjnych

Procent członków organu zarządzającego, którym zostały zakomunikowane obowiązujące w organizacji polityki i procedury antykorupcyjne	100%
Procent pracowników, którym zostały zakomunikowane obowiązujące w organizacji polityki i procedury antykorupcyjne	100%
Procent partnerów biznesowych, którym zostały zakomunikowane obowiązujące w organizacji polityki i procedury antykorupcyjne	100%

206-1 Podjęte działania prawne w dotyczące zachowań antykonkurencyjnych oraz praktyk łamania regulacji antymonopolowych

Liczba postępowań prawnych

Liczba postępowań prawnych będących w toku w raportowanym okresie dotyczących zachowań antykonkurencyjnych, których organizacja była uczestnikiem	0
Liczba postępowań prawnych zakończonych w raportowanym okresie dotyczących zachowań antykonkurencyjnych, których organizacja była uczestnikiem	0
Procent partnerów biznesowych, którym zostały zakomunikowane obowiązujące	
Liczba postępowań prawnych będących w toku w raportowanym okresie dotyczących złamania regulacji antytrustowych i antymonopolowych, których organizacja była uczestnikiem	0
Liczba postępowań prawnych zakończonych w raportowanym okresie dotyczących złamania regulacji antytrustowych i antymonopolowych, których organizacja była uczestnikiem	0

[102-17]

Każda osoba, która posiada jakiegokolwiek podejrzenia lub wątpliwości dotyczące naruszeń naszych zasad etycznych może zrobić to w poufny sposób poprzez specjalną linię Speak Up Line.

Zgłoszenia można dokonać on-line lub telefonicznie. Konsultacje etyczne udzielane są także w czasie bezpośrednich spotkań. Spółki Coca-Cola zobowiązały się do ochrony pracowników przed jakimikolwiek represjami mogącymi wynikać ze zgłoszenia zastrzeżeń.

W 2020 roku o porady w kwestiach etycznych poprzez Speak Up Line zwróciło się 10 osób.

W Coca-Cola Poland Services, pracownicy mogą zgłaszać fakt naruszeń przyjętych zasad swoim przełożonym, specjalistom ds. etyki, pracownikom Biura etyki i przestrzegania zasad lub za pośrednictwem serwisu EthicxasLine.

Osoba zgłaszająca ma zapewnioną anonimowość oraz ochronę przed potencjalnymi działaniami odwetowymi.

Zgłoszenia dotyczące kwestii etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji dokonane przez Speak Up Line

	2020	2019
Całkowita liczba zgłoszeń	9	11
Zgłoszenia w podziale na kategorie		
Zwalczanie przekupstwa i korupcji	0	0
Dokumentacja biznesowa i finansowa	2	2
Konflikt interesów	0	2
Fair sprawiedliwe traktowanie pracowników	2	5
Inne	5	2
Całkowita liczba zapytań – próśb o poradę	1	1
Suma	10	12

Liczba wniosków dotyczących zgodności i etyki	2020	2019
Polska	68	241

W 2020 roku wprowadziliśmy nowe zasady upraszczające postępowanie w zakresie wymogu uzyskania dodatkowych zgód. Wprowadzenie Polityki dotyczącej prezentów i rozrywki bezpośrednio przełożyło się na spadek zgłoszeń rejestrowanych w Portalu Code of Business Conduct (Kodeksu Postępowania w Biznesie).

Zarządzanie relacjami z interesariuszami

[102-42] [102-43]

Rozmowy z naszymi interesariuszami traktujemy jako szansę na poszukiwanie nowych, lepszych rozwiązań. Częstotliwość dialogu zależy od specyfiki danej grupy, siły oddziaływania oraz skali zainteresowania. Prowadzimy zarówno spotkania bezpośrednie jak i badania rynkowe. Jesteśmy także członkiem organizacji branżowych i współpracujemy

z wieloma organizacjami pozarządowymi, z którymi realizujemy ważne dla społeczeństwa programy.

Dialog z interesariuszami zewnętrznymi prowadzimy poprzez:

- wydarzenia organizowane przez nasze firmy,
- spotkania organizacji branżowych,
- biznesowe spotkania z klientami i dostawcami,
- panele dialogowe wg standardu AA 1000 SES.

Interesariusze systemu Coca-Cola w Polsce:



Pracownicy krytyczni (pracownicy etatowi, związki zawodowe), istotni: potencjalni pracownicy; stowarzyszenia studentów, firmy rekrutacyjne, firmy zatrudniające dla Coca-Cola (outsourcing), pracownicy kontraktowi, byli pracownicy, lokalne Urzędy Pracy;



Administracja, regulatorzy i organizacje branżowe (krytyczni: Sanepid, Państwowa Inspekcja Pracy – PIP); istotni: Ministerstwo Zdrowia, Ministerstwo Klimatu i Środowiska, Ministerstwo Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu, Ministerstwo Edukacji i Nauki, Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny, Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej, Instytut Żywności i Żywienia, Rada Etyki Reklamy, Polska Federacja Producentów Żywności Związków Pracodawców, Związek Pracodawców RP, UOKiK, rzecznicy konsumentów, tzw. influencerzy, posłowie, komisje sejmowe, Komisja Europejska, kancelaria Prezesa Rady Ministrów, profesjonalści z dziedziny ochrony zdrowia, UNESDA, ISA;



Społeczeństwo i społeczności lokalne (krytyczni: media, Fundacja Sukcesu Pisanego Szminka; istotni: lokalna administracja samorządowa, lokalni mieszkańcy, szkoły średnie i wyższe, pozostałe organizacje pozarządowe, np. charytatywne);



Klienci i rynek (krytyczni: konsumenci, klienci – sieci handlowe, kluczowi dostawcy surowców (np. cukrownie), dostawcy opakowań; istotni: klienci – sklepy lokalne, klienci – hotele, restauracje i kawiarnie (kanał gastronomii), firmy doradcze, pozostali dostawcy, organizacje promujące zdrowe odżywianie);



Rynek kapitałowy (krytyczni: akcjonariusze strategiczni);



Środowisko naturalne (krytyczni: Wojewódzki Inspektor Ochrony Środowiska, Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów Opakowaniach, EKO-PAK, Greenpeace); istotni: recylerzy, Program Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska (UNEP)/GRID Warszawa, organizacje pozarządowe zajmujące się tematyką środowiska i klimatu

Łańcuch dostaw

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Praktyki zakupowe, ocena środowiskowa i społeczna dostawców [102-9]

Łańcuch dostaw pełni kluczową rolę w naszej działalności. W Coca-Cola HBC Polska pozyskujemy składniki, opakowania, sprzęt i usługi od około 1300 dostawców - od małych lokalnych firm po duże międzynarodowe firmy. Dodatkowo, dostawcy strategiczni są weryfikowani i autoryzowani także przez The Coca-Cola Company. Proces dodatkowej weryfikacji zapewnia najwyższe standardy w zakresie zrównoważonego rozwoju oraz gwarantuje zawsze ten sam smak napojów i te same wysokie parametry jakościowe produktów. W organizacji łańcucha dostaw kładziemy nacisk na odpowiedzialne zarządzanie - od pozyskiwania surowców i wytwarzania produktu końcowego po jego dystrybucję do naszych klientów.

[308-1][414-1]

Coca-Cola HBC Polska wymaga od dostawców uzyskania certyfikatu zgodności z następującymi normami:

- ISO 9001 (jakość);
- ISO 14001 (środowisko);
- OHSAS ISO 45001 (zdrowie i bezpieczeństwo).

Dostawcy składników i opakowań muszą również uzyskać certyfikat FSSC 22000 w zakresie bezpieczeństwa żywności oraz Global Food Safety Initiative (GFSI). Od naszych bezpośrednich dostawców oczekujemy nie tylko przestrzegania obowiązujących w Polsce przepisów prawa, ale również kierowania się w biznesie wartościami, które zostały podsumowane w Programie Głównych Zasad Dla Dostawców – w 2020 roku zaakceptowali je wszyscy kluczowi dostawcy, którzy odpowiadają za 90% zakupów spółki.

Przy zakupach strategicznych 100% naszych dostawców jest ocenianych pod kątem spełniania kryteriów środowiskowych, praw człowieka, praw pracowniczych, BHP, warunków pracy, kwestii społecznych i środowiskowych. Korzystamy również z profesjonalnych analiz dostarczanych przez portal EcoVadis i zachęcamy naszych dostawców do oceny swoich firm pod kątem zrównoważonego rozwoju na tej platformie.

[204-1]

Większość naszych zakupów (62%) realizujemy lokalnie, w Polsce. Dotyczy to również kluczowych surowców i opakowań. Wyjątkiem są koncentraty napojów, których receptury są pilnie strzeżone i które importujemy.





Wpływ na gospodarke

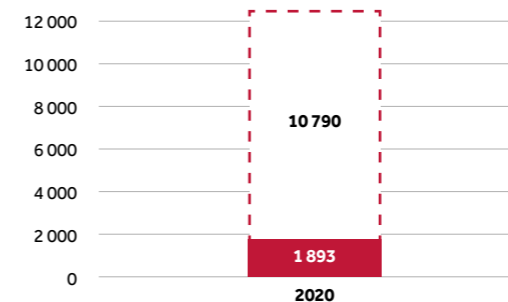


103-1, 103-2, 103-3 aspekt:
Obecność na rynku i pośredni
wpływ ekonomiczny
[203-2]

System Coca-Cola w Polsce wywiera znaczący wpływ na gospodarkę kraju. Poprzez naszą działalność mamy bezpośredni wpływ na zatrudnienie, tworzenie wartości dodanej oraz dochody, ale też pośrednio przyczyniamy się do rozwoju powiązanych z nami podmiotów oraz gospodarki jako całości¹. Odprowadzając podatki i opłaty w kraju, dzięki naszej działalności wspieramy

rozwój infrastruktury i usług publicznych. Zatrudniamy w Polsce 1893 osoby, ale dzięki naszej działalności, utrzymywane są też miejsca pracy u naszych dostawców, klientów i innych podmiotach gospodarczych – w sumie, w 2020 roku były to 12 683 miejsca pracy.

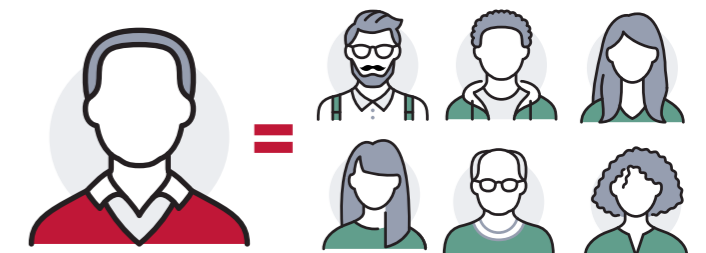
Liczba miejsc pracy utrzymanych w gospodarce dzięki działalności spółek systemu Coca-Cola w Polsce



Miejsca pracy wytworzone w gospodarce dzięki działalności systemu Coca-Cola w Polsce

liczba zatrudnionych w spółkach systemu Coca-Cola w Polsce

Na każde miejsce 1 pracy w Coca-Cola przypada kolejnych prawie 6 miejsc (5,7) stworzonych w gospodarce.



Działalności systemu Coca-Cola w Polsce towarzyszyło wygenerowanie w 2020 roku dochodów w wysokości prawie 153,5 mln zł. Nasza działalność wpłynęła także na wygenerowanie 582 mln dochodu w gospodarce.



Oznacza to, że **każda złotówka** dochodu wygenerowana przez nas

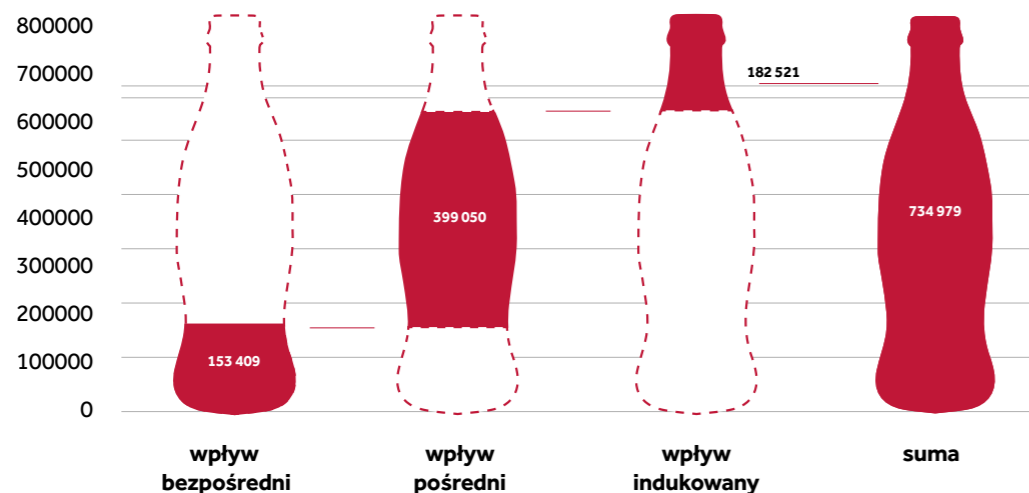
pomogła wytworzyć kolejne prawie



3,8 zł dochodu w gospodarce

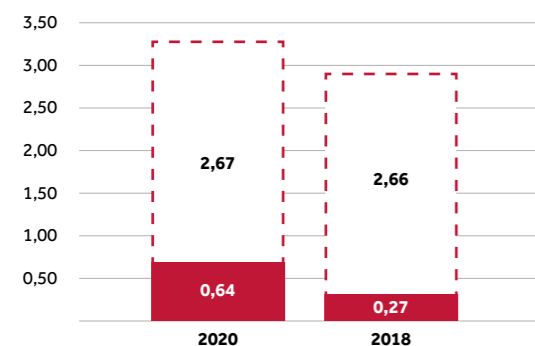
Wpływ systemu Coca-Cola na gospodarkę został obliczony przy wykorzystaniu modelu przepływów międzygałęziowych (model Leontiefa) oraz modelu Ghosha.

Dochody wytworzone w gospodarce dzięki działalności systemu Coca-Cola w Polsce w 2020 roku (tys. PLN)



Działalność systemu Coca-Cola w Polsce wygenerowała w 2020 roku ponad 3,3 mld zł wartości dodanej dla gospodarki, w tym 640 mln zł to wynik bezpośredniej działalności systemu Coca-Cola w Polsce, a 2,67 mld zł to wpływ pośredni i indukowany wynikający z tej działalności.

Wartość dodana wytworzona w gospodarce dzięki działalności systemu Coca-Cola w Polsce (mld PLN)



- ▬ wartość dodana wytworzona w gospodarce dzięki działalności spółek systemu Coca-Cola w Polsce
- wartość dodana wytworzona bezpośrednio przez spółki systemu Coca-Cola w Polsce



1 złotówka wartości dodanej wygenerowanej dzięki działalności bezpośrednio spółek systemu Coca-Cola w Polsce,



to ponad 4 złote wygenerowane w gospodarce (4,17 zł)

W 2020 roku zapłaciliśmy prawie

379 mln zł

(378 903 837,6) zł podatków. **90%** z nich trafiło do budżetu centralnego,

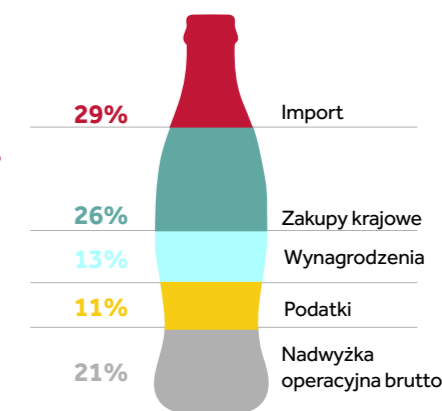
a **10%** do budżetów jednostek samorządowych.



Z każdej złotówki wydanej na napoje Coca-Cola, zostaje w Polsce



71 groszy



Dobra praktyka!

Wspieranie przedsiębiorców w trakcie COVID

Całkowite wsparcie dla współpracujących z Coca-Cola HBC Polska w 2020 roku firm z branży gastronomicznej wyniosło ponad 5 mln złotych. Skorzystało z niego około pięciu tysięcy przedsiębiorców. W związku z pandemią wydłużyliśmy terminy płatności, zaoferowaliśmy kredyty na uzupełnienie zapasów i przygotowaliśmy specjalne rabatowe oferty. Obiekty restauracyjne ciągle mogły też liczyć na pomoc w przygotowaniu wyposażenia lokali – dostępne były m.in. parasole ogrodowe, szklanki, otwieracze i fartuchy dla personelu.

Dodatkowo dla osób z branży HoReCa zorganizowaliśmy webinary wyjaśniające zasady przyznawania pomocy państwowej w związku z pandemią COVID-19.

Przedsiębiorcy mogli też liczyć na wsparcie The Coca-Cola Company. Firma pomogła w organizacji festiwalu kulinarnych Restaurant Week i Restaurant Club. W Internecie dla restauratorów przygotowano także pomoc w tworzeniu reklam oraz przewodnik skutecznej komunikacji w mediach społecznościowych. Z pomocy od The Coca-Cola Company skorzystało blisko 2,5 tysiąca firm, a jej wartość szacowana jest na ponad 300 tys. euro.

Nasze zakłady



Zakład w Radzyminie jest największym zakładem produkcyjnym należącym do Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie. Zakład jest także centrum produkcyjnym Grupy Coca-Cola HBC. Produkty z tej części Polski trafiają do różnych krajów europejskich. Oprócz napojów zakład w Radzyminie produkuje również preformy do butelek PET, które zasilają wszystkie nasze zakłady produkcyjne w Polsce. Osiem linii produkcyjnych działających w Radzyminie pozwala na produkcję wszystkich napojów gazowanych naszej firmy. Dwie tzw. linie aseptyczne służą do produkcji napojów bez konserwantów - soków i nektarów Cappy, napojów herbacianych - Fuze Tea.



Zakład w Staniątkach została uruchomiona w czerwcu 1993 roku. Po modernizacji zajmuje ponad 180 000 m². Sześć linii produkcyjnych w zakładzie umożliwia produkcję wszystkich rodzajów napojów gazowanych Coca-Cola HBC Polska. Staniątki to druga nasza fabryka - pierwszą był zakład w Radzyminie - z własną oczyszczalnią ścieków, która oczyszcza 1600 m³ wody dziennie. Podobnie jak we wszystkich innych obsługiwanych przez nas zakładach produkcyjnych, w Staniątkach zostały wdrożone zaawansowane procedury i systemy zwiększające wydajność pracy, aby zminimalizować zużycie energii elektrycznej i wody.



Zakład w Tylczu powstał w 1992 roku i produkuje naturalną wodę mineralną Kropla Beskidu. Woda czerpana jest z kilku studni o głębokości 137 metrów, zlokalizowanych na obszarze około 35 kilometrów kwadratowych w promieniu około 8 kilometrów wokół zakładu.

Obok magazynów przyzakładowych, dysponujemy na terenie Polski siecią własnych lub dzierżawionych centrów dystrybucyjnych i tzw. hoteli paletowych zlokalizowanych w: Mysłowicach, Środzie Śląskiej, Warszawie, Poznaniu, Łodzi, Bydgoszczy, Wyszowie, Ostrołęce, Gdańsku, Szczecinie, Koszalinie, Radomiu i Targowisku k. Krakowa.

Wpływ na środowisko



103-1, 103-2, 103-3 aspekt: bioróżnorodność i zgodność środowiskowa
304-1

Jesteśmy świadomi naszego wpływu na środowisko naturalne. Dokładamy wszelkich starań, aby odpowiedzialnie korzystać z cennych przyrodniczo zasobów i dbamy o zachowanie bioróżnorodności na zarządzanych przez nas obszarach. Nasz zakład produkcyjny w małopolskim Tylczu korzysta z ujęć wód podziemnych, a tereny zakładu znajdują się w strefie Natura 2000 oraz w Południowomałopolskim Obszarze Chronionego Krajobrazu w sąsiedztwie Popradzkiego Parku Krajobrazowego.

Odpowiedzialność środowiskowa jest integralną częścią polityki naszej firmy – minimalizujemy nasze oddziaływanie na przyrodę i ograniczamy wykorzystywanie zasobów

naturalnych. Kwestie środowiskowe w naszej organizacji regulowane są w przez:

- **Polityka zrównoważonego rozwoju operacyjnego**
Nasza polityka, zbudowana na trzech filarach, określa zasady działania dotyczące środowiska, jakości oraz BHP.
- **Polityka środowiskowa**
Prowadzimy działania w sposób odpowiedzialny, z należytą troską, w szczególności w obszarach wpływu na środowisko naturalne oraz zrównoważonego rozwoju.
- **Polityka w zakresie ochrony zasobów wodnych**
Dążymy do ograniczania naszego wpływu na zasoby wodne oraz wspieramy inicjatywy na rzecz ochrony tych zasobów w społecznościach, w których działamy.

307-1

W 2020 roku nie zostały na nas nałożone żadne sankcje ani kary finansowe związane z nienależytym korzystaniem z cennych przyrodniczo terenów oraz niezgodnością z prawem i regulacjami w kwestiach środowiskowych



Climate Leadership

[102-12]

W 2020 roku wzięliśmy udział w pierwszej edycji Climate Leadership, inicjatywy, której celem jest wsparcie rozwiązań będących odpowiedzią na kryzys klimatyczny i związane z nim zagrożenia. Nasi przedstawiciele dzielili się najlepszymi praktykami podczas debaty „Biznes na rzecz zmian”. Przedstawiliśmy m.in. nasze pomysły na redukcję opakowań Keel Clip oraz rozwiązania technologiczne dotyczące zamykania obiegu wody w naszych zakładach.

Zasoby i emisje

Zrównoważone podejście do zasobów wodnych

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: woda

Misja Zrównoważonego Rozwoju 2025 Coca-Cola HBC

Gospodarka wodna jest jednym z filarów Misji Zrównoważonego Rozwoju 2025, opartej m.in. o Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG), zgodnie z którą dążymy do:

- Zmniejszenia zużycia wody na litr napoju o 20% w zakładach zlokalizowanych na obszarach zagrożonych deficytem wody.
- Wsparcia w zagwarantowaniu dostępności wody dla wszystkich lokalnych społeczności na obszarach zagrożonych deficytem wody (Cypr, Grecja, Armenia, Nigeria, Rosja).

To nasza odpowiedź na cel zrównoważonego rozwoju ONZ:



Dostęp do czystej wody jest niezbędny do życia i rozwoju społeczeństw, a także działalności produkcyjnej firm. Jako system Coca-Colabierzemy na siebie odpowiedzialność za to, by korzystać z tych cennych zasobów w sposób odpowiedzialny i jak najbardziej efektywny.

Swoje wysiłki w kwestii zarządzania gospodarką wodną podejmujemy w tych obszarach, w których mamy największy wpływ na otoczenie. Z tego powodu nieustannie poszukujemy nowych sposobów na zmniejszenie zużycia wody w naszych zakładach oraz pracujemy nad zamykaniem obiegu wody: oczyszczamy ścieki wodne i tam gdzie to

możliwe ponownie wykorzystujemy odzyskaną wodę lub odprowadzamy oczyszczoną wodę z powrotem do środowiska naturalnego.

Chcemy ciągle ograniczać zużycie wody w procesach produkcyjnych. Przestrzegamy międzynarodowych standardów w dziedzinie ochrony zasobów wodnych, a nasze praktyki wodne poddajemy regularnym zewnętrznym audytom. Wszystkie zakłady produkcyjne w Polsce wdrożyły europejski certyfikat systemu zarządzania zasobami wodnymi wg wytycznych Alliance for Water Stewardship (AWS), poziom złoty. Co roku przeprowadzany jest audyt nadzoru, a w cyklu 3-letnim również audyt recertyfikujący. Sięgamy po najlepsze technologie pozwalające oszczędzać zużycie wody - przykładem może być innowacyjny system płukania butelek PET zainstalowany w zakładzie w Staniątkach, który pozwala nam **ograniczyć zużycie wody o 25 tys. m3 rocznie**. Zakłady w Polsce nie znajdują się na terenach zagrożonych niedoborami wody.



Odzysk wody z koncentratu

W naszym zakładzie produkcyjnym w Radzyminie wdrożyliśmy projekt odzysku wody z koncentratu po nanofiltracji. Wcześniej koncentrat z nanofiltracji był w całości odprowadzany do oczyszczalni ścieków. W procesie powstaje 120 tys. m3 ścieków rocznie. Nowa jednostka RO (odwrócona osmoza), na którą kierowany jest koncentrat, zapewnia 50% odzysku z tej objętości. **Oznacza to oszczędność 60 tys. m3 wody rocznie.**

Całkowity pobór wody przez organizację we wszystkich lokalizacjach, w podziale na źródło (w megalitrach):

Pobór wody	2020	2019	
Wody powierzchniowe	0	0	ml
Wody gruntowe	1 878,104	1 963 969 000	ml
Wody morskie	0	0	ml
Woda produkcyjna (pozyskana w efekcie wydobycia, przetwarzania lub wykorzystania jakiegokolwiek innego surowca)	0	0	ml
Woda pozyskana z pośredniego źródła (np. lokalna sieć wodociągowa)	70,661	82 709 000	ml

Całkowite zużycie wody

Zużycie wody	2020	2019	
Całkowite zużycie wody ze wszystkich obszarów	1 948,764	2 046,678	ml
Całkowite zużycie wody z obszarów o niedoborach wody	0	0	ml

Zużycie wody na 1 L wyprodukowanego napoju:

2020	2019	
1,73	1,78	L

Wodne fakty o The Coca-Cola Company na świecie:



Zwracamy każdą wykorzystywaną kroplę wody. W 2020 roku zwróciliśmy naturze i społecznościom **177%** zużytej do produkcji wody.



Coca-Cola wspiera program ochrony wody. Programy związane z ochroną wody, które wspieramy jako Coca-Cola, od 2010 roku zapewniły ponad **13,5 mln** osób dostęp do bezpiecznej wody pitnej oraz urządzeń sanitarnych.



The Coca-Cola Company jest globalnym członkiem 2030 Water Resources Group (2030WRG), która działa na rzecz rozwiązania rosnącej luki w dostępności zasobów wodnych

poprzez transformację rolniczych łańcuchów wartości, promowanie zamkniętego obiegu wody i wspieranie innowacji technologicznych. Od 2009 r. 2030WRG współpracowało z 900 różnymi lokalnymi partnerami w zakresie zarządzania zasobami wodnymi, ograniczyło pobór słodkiej wody i odprowadzanie ścieków o miliardy litrów i współpracowało przy inwestycjach w infrastrukturę i technologię wartych prawie 900 mln USD. W sumie dzięki działaniom 2030WRG udało się zaoszczędzić ponad

1,75 biliona litrów wody.



ALLIANCE FOR
WATER STEWARDSHIP



Dobra praktyka!

W 2020 roku Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie wdrożyła nowy międzynarodowy standard dotyczący zrównoważonego zarządzania zasobami wodnymi - Alliance for Water Stewardship (AWS).

AWS to niezwykle ceniony i poważany na całym świecie certyfikat - jego przyznanie jest potwierdzeniem spełnienia światowego wzorca odpowiedzialnego gospodarowania wodą.

Głównymi celami AWS są:

- osiągnięcie i utrzymanie zrównoważonego poboru wody,
- osiągnięcie i utrzymanie dobrego stanu wód w zakresie jakości chemicznej i biologicznej,
- rozpoznanie i ochrona obszarów o szczególnym znaczeniu wodnym, środowiskowym i kulturowym,
- osiągnięcie transparentnego systemu zarządzania zasobami wodnymi,
- współpraca z interesariuszami.

Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie uzyskała złoty poziom certyfikacji dla wszystkich fabryk w Polsce i Krajach Bałtyckich: Tylicz, Kraków, Radzymin oraz Varena.

O dialogu z interesariuszami w ramach standardu AWS więcej na [str. 67](#)

Zrównoważone źródła energii

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: energia

Zgodnie z Misją Zrównoważonego rozwoju 2025

Coca-Cola HBC dążymy do tego aby:

50%

całkowitej energii zużywanej w naszych zakładach pochodziło ze źródeł czystych i odnawialnych.



100%

całkowitej energii elektrycznej używanej w naszych zakładach w UE pochodziło ze źródeł odnawialnych i czystych.



To nasza odpowiedź na cel zrównoważonego rozwoju ONZ:



Opieramy się na odnawialnych źródłach energii i innowacyjnych technologiach. 100% wykorzystywanej przez nas energii pochodzi z certyfikowanych źródeł. 100% energii elektrycznej wykorzystanej przez nasze zakłady w 2020 roku pochodziło ze źródeł odnawialnych.

302-1 Zużycie energii w organizacji

Całkowite zużycie (w dżulach lub KWh):

	2020	
Energii elektrycznej	66 688 646	KWh
Pary	8 185 900	KWh

Całkowite zużycie energii ze źródeł nieodnawialnych, w dżulach albo ich wielokrotności, w podziale na surowce z których została wytworzona

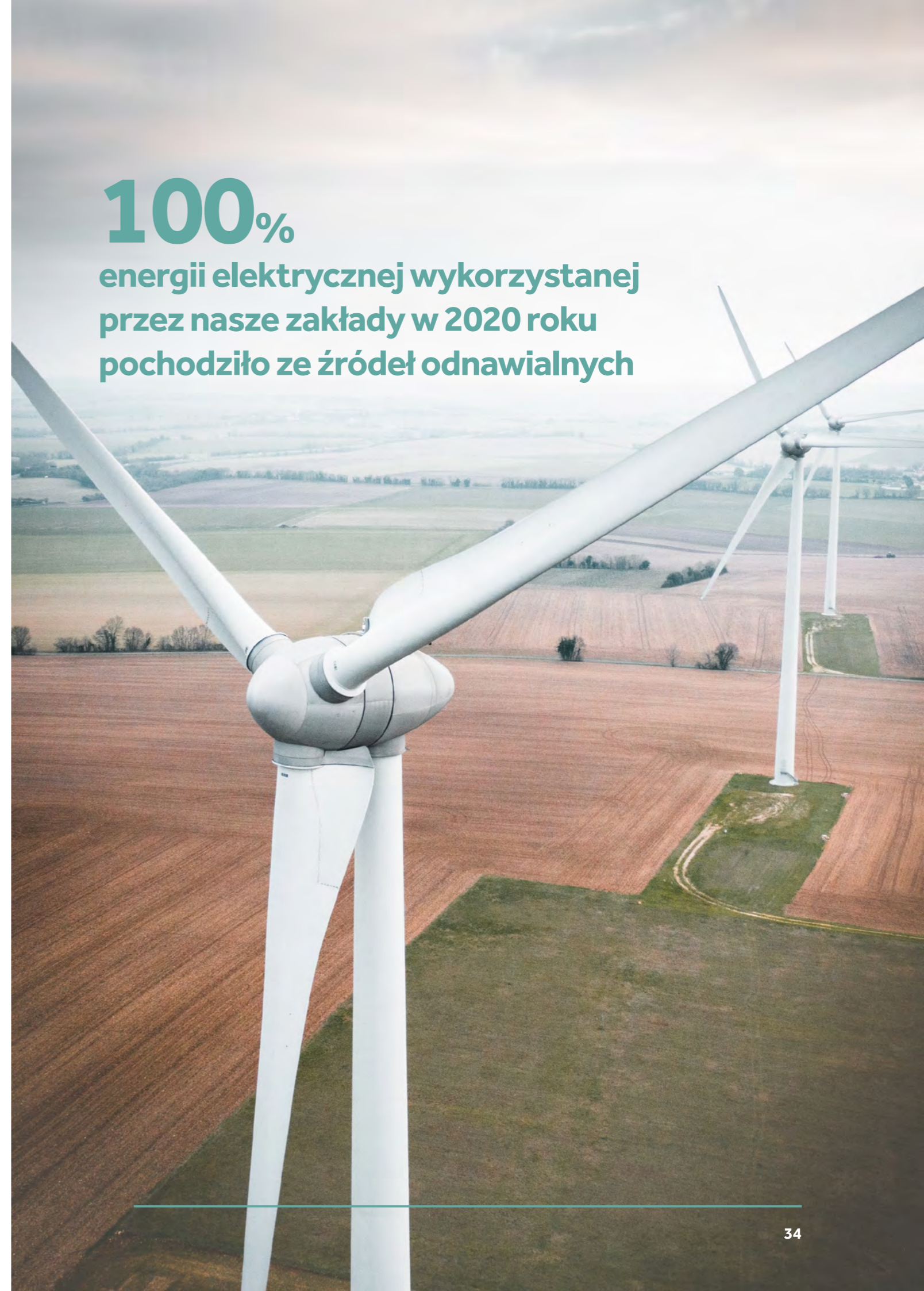
	2020	2019
Energia elektryczna w MJ	82 386 347	138 713 523
LPG w MJ	5 109 530	7 425 950
Gaz naturalny w MJ	94 124 408	108 524 611
LFO (Light Fuel Oil) w MJ	681 876	354 510

Całkowite zużycie energii ze źródeł odnawialnych, w dżulach albo ich wielokrotności, w podziale na surowce z których została wytworzona

	2020	2019
Energia elektryczna w MJ	1 576 927 808	108 434 989
Para (CHP) w MJ	29 469 240	20 943 360
Woda gorąca (CHP) w MJ	5 900 760	4 856 040

100%

energii elektrycznej wykorzystanej przez nasze zakłady w 2020 roku pochodziło ze źródeł odnawialnych



Redukcja emisji

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: emisje

Zgodnie z Misją Zrównoważonego Rozwoju 2025 Coca-Cola HBC dążymy do:

Obniżenia bezpośredniej emisji dwutlenku węgla o

30%
vs. 2017.

Zredukowaliśmy pośrednie emisje CO₂ o

99,90% ↓

To nasza odpowiedź na cele zrównoważonego rozwoju ONZ



Obniżenia emisji w sklepach naszych klientów –

50%

naszyc lodówek w punktach sprzedaży będzie energooszczędnych.

305-1 Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)

Emisje gazów cieplarnianych (Scope 1) brutto w tonach (t) ekwiwalentu CO₂ lub jednostce równoważnej

	2020	2019	
Emisje gazów cieplarnianych brutto w tonach (t) ekwiwalentu CO ₂ lub jednostce równoważnej	22 497	17 819	tCO ₂

Rok bazowy: 2017

Poziom emisji w roku bazowym Scope 1

15 510 tCO₂

305-2 Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2-łańcuch)

Emisje pośrednie (Scope 2) brutto w podziale na lokalizacje w tonach (t) ekwiwalentu CO₂ lub jednostce równoważnej

	2020	2019	
Emisje pośrednie (Scope 2) brutto w podziale na lokalizacje w tonach (t) ekwiwalentu CO ₂ lub jednostce równoważnej	26	25 265	tCO ₂

Kraje

Polska 26 tCO₂

Rok bazowy: 2017

Poziom emisji w roku bazowym Scope 2

29 858 tCO₂

305-3 Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)

Inne emisje pośrednie (Scope 3) brutto w podziale na lokalizacje w tonach (t) ekwiwalentu CO₂ lub jednostce równoważnej

	2020	2019	
Inne emisje pośrednie (Scope 3) brutto w podziale na lokalizacje w tonach (t) ekwiwalentu CO ₂ lub jednostce równoważnej	336 634	371 940	tCO ₂

Rok bazowy: 2017

Poziom emisji w roku bazowym Scope 3

444 583 tCO₂

305-4 Intensywność emisji gazów cieplarnianych

Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych dla organizacji

Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych (g CO₂/l (litr wyprodukowanego napoju)) 20,00

	2020	2019
Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych (g CO ₂ /l (litr wyprodukowanego napoju) – scope 1	19,99	15,49
Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych (g CO ₂ /l (litr wyprodukowanego napoju) – scope 2	0,01	21,96
Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych (g CO ₂ /l (litr wyprodukowanego napoju) – scope 3	299,14	322,31
Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych (g CO ₂ /l (litr wyprodukowanego napoju) – scope 1+2+3	319,14	359,76

305-5 Ograniczenia emisji gazów cieplarnianych

Osiągnięta redukcja emisji gazów cieplarnianych będąca wynikiem podjętych działań (w tonach (t) ekwiwalentu CO₂)

Osiągnięta redukcja emisji gazów cieplarnianych będąca wynikiem podjętych działań (w tonach (t) ekwiwalentu CO ₂)	2020	2019	Zmiana w t	Zmiana w %
Scope 1	22 497	17 819	4 678	26,25%
Scope 2	26	25 265	-25 239	-99,90%
Scope 3	336 634	371 940	-35 306	-9,49%

Rok bazowy: 2017

Poziom emisji w roku bazowym 1+2 Scope	45 368 tCO2
Scope 1	15 510 tCO2
Scope 2	29 858 tCO2
Scope 3	444 583 tCO2

Zakresy w ramach których zostały osiągnięte redukcje emisji

	2020
Zakres 1 (Scope 1) - poziom redukcji vs. 2017	6 987 tCO2
Zakres 2 (Scope 2) - poziom redukcji vs. 2017	-29 832 tCO2
Zakres 3 (Scope 3) - poziom redukcji vs. 2017	-107 949 tCO2



Niskoemisyjne lodówki

W 2020 roku kontynuowaliśmy u naszych klientów wymianę tych lodówek, których cykl życia dobiega końca, na modele energooszczędne. Łącznie wymienione zostało 5593 lodówki, co pozwoliło zredukować emisję w naszym łańcuchu wartości o prawie 20tCO2.

Opakowania i odpady

Nasza strategia opakowaniowa

Zgodnie z Misją Zrównoważonego Rozwoju 2025 Coca-Cola HBC dążymy do:

tęgo, aby

100%

naszych opakowań konsumenckich nadawało się do recyklingu

pomocy w zbiórce ekwiwalentu

75%

naszych opakowań, które trafiają do konsumentów

35%

wszystkich butelek PET pochodziło z materiałów PET z recyklingu lub z materiałów odnawialnych

To nasza odpowiedź na cel zrównoważonego rozwoju ONZ



103-1, 103-2, 103-3 aspekt: ścieki i odpady
103-1, 103-2, 103-3: zasoby

Minimalizujemy wpływ naszych opakowań na środowisko. Chcemy:

- aby w całym łańcuchu wartości nasze opakowania jak najmniej oddziaływały na przyrodę,
- poddawać recyklingowi możliwie najwięcej odpadów opakowaniowych,
- wykorzystywać ponownie zebrane opakowania.

Coca-Cola HBC dąży do tego, aby opakowania zawierały jak najwięcej materiału pochodzącego z recyklingu.

Dzisiaj w Polsce używamy średnio:

6% takiego surowca w plastikowych opakowaniach,

58% w opakowaniach szklanych

53% w opakowaniach aluminiowych.

Prawie wszystkie nasze opakowania nadają się do recyklingu.

Od lat podejmujemy działania, by zmniejszyć ilość plastiku używanego do produkcji butelek – od 2001 roku obniżyliśmy wagę swoich plastikowych opakowań o ponad **45%**

Co już zrobiliśmy:

- Zmniejszyliśmy ilość folii termokurczliwej używanej dookoła każdej palety,
- Zmniejszyliśmy wagę plastiku używanego do owinięcia każdej skrzyni.
- Usunęliśmy tekturowe podkładki z opakowań gotowych produktów.



Prototyp butelki papierowej

Coca-Cola HBC testuje prototyp butelki papierowej. Jej prototyp został wykonany przez duński start up Paboco z bardzo mocnej papierowej skorupy, która zawiera ciekłą plastikową wkładkę.

Częścią wyzwania w tym procesie było stworzenie struktury zdolnej wytrzymać siły wywierane przez napoje gazowane butelkowane pod ciśnieniem. Ponadto papier musiał nadawać się do formowania, aby tworzyć różne kształty i rozmiary butelek dla różnych marek oraz pobierać atrament do drukowania etykiet.

Po ponad siedmiu latach pracy laboratoryjnej, latem 2021 roku na Węgrzech odbędzie się pilotażowe wprowadzenie na rynek butelki z papieru.





W 2018 roku Coca-Cola zainaugurowała globalną ambicję Świat bez Odpadów (World Without Waste).

W jej ramach system Coca-Cola zobowiązał się do osiągnięcia następujących celów do roku 2030 roku:

Więcej zebranych odpadów.

Pomoc w zbiórce i recyklingu ekwiwalentu 100% naszych opakowań, które trafiają bezpośrednio do konsumentów.

Wszystkie nasze opakowania w 100% będą zdatne do recyklingu.

Więcej butelek PET z recyklingu.

50% wszystkich butelek PET będzie pochodziło z materiału PET z recyklingu i/lub z materiałów odnawialnych.

W 2020 r. udało nam się zebrać i poddać recyklingowi w Polsce co drugą butelkę plastikową, która trafiła na rynek.

System depozytowy na rzecz Świata Bez Odpadów

Poziom zbiórki i recyklingu jest w ogromnej mierze zależny od funkcjonowania efektywnego systemu depozytowego na opakowania jednorazowe. W Estonii, gdzie taki system działa od wielu lat, poziom zbiórki osiąga blisko 90%. Dlatego wraz z innymi producentami, stworzyliśmy koalicję, która aktywnie działa na rzecz stworzenia dobrze zaplanowanego systemu depozytowego również w Polsce i jest gotowa go sfinansować. Prowadzimy też szeroko zakrojony dialog z kluczowymi interesariuszami i decydentami. Z analiz producentów wynika, że system depozytowy jest warunkiem koniecznym do osiągnięcia zakładanych poziomów zbiórki opakowań jednorazowych po napojach oraz zapewnienia od 2025 roku wszystkim producentom w Polsce niezbędnego do produkcji napojów w butelkach PET surowca wtórnego. System taki powinien być producencki, ogólnokrajowy,

obowiązkowy dla wszystkich producentów oraz powszechny i łatwo dostępny dla konsumentów. Powstanie takiego systemu wymaga stworzenia odpowiedniej legislacji w tym zakresie.

Zachęcamy do działania na rzecz Świata Bez Odpadów

Już w 2019 powołaliśmy do życia platformę edukacyjną „11 kroków do Świata Bez Odpadów”, która ma uświadamiać, jak ważna są segregacja, zbiórka i recykling opakowań plastikowych i zachęcać do podjęcia wspólnego wysiłku na rzecz ochrony naszej planety. Witryna www.swiatbezodpadow.pl to miejsce, gdzie można poszerzyć swoją wiedzę na tematy środowiskowe, znaleźć garść inspiracji, w tym infografiki bogate w praktyczne porady np. jak segregować odpady. W ciągu 2020 dokładaliśmy kolejne materiały edukacyjne, wszystko po to, aby pokazać, że selektywna zbiórka i recykling mają sens.

301-1 Materiały według wagi i objętości

Całkowita waga lub objętość materiałów wykorzystanych do wytworzenia i zapakowania kluczowych produktów i usług w raportowanym okresie w podziale na:

materiały nieodnawialne, w tym:

	2020	2019	
surowce	9 493 814	16 049 082	kg
materiały wykorzystywane w procesie produkcyjnym, ale nie będące częścią finalnego produktu	1 053 345,63	1 124 342	kg
materiały opakowaniowe	51 575 209,96	41 447 878	kg

materiały odnawialne, w tym:

	2020	2019	
surowce	90 138 821	87 786 445	kg
materiały opakowaniowe	3 857 690	4 401 277	kg

301-1

odzyskane produkty oraz opakowania

Procent odzyskanych opakowań	2020	2019	
PET	50,31	30,70	%
Opakowania z tworzywa sztucznego ogółem	30,62	32,40	%
Opakowania z aluminium	54,50	51,10	%
Opakowania szklane	77,50	75,90	%

Dane są zbierane łącznie, bez podziału na kategorie produktowe.

306-2 odpady według typu i sposobu zagospodarowania

Całkowita waga odpadów niebezpiecznych oraz odpadów nie uznawanych za niebezpieczne w podziale na poniższe metody postępowania z odpadami

	2020	2019
Recykling odpadów	99,87%	99,79%
Odpady wytworzone w zakładach w tonach	6 513,98	6 324,86
Odpady inne niż niebezpieczne poddane recyklingowi	6 483,23	13,44
Odpady niebezpieczne poddane recyklingowi	22,14	19,84



Recykłomat w Twojej gminie

Dzięki Coca-Cola w całej Polsce działa już 18 recykłomatów. W grudniu 2020 roku rozstrzygnięty został konkurs „Świat Bez Odpadów – recykłomat w Twojej gminie”. Do rywalizacji stanęło aż 108 gmin do 50 tys. mieszkańców. Spośród nich wyłoniono sześć zwycięskich miejscowości, do których łącznie trafiło osiem maszyn do segregacji odpadów. Wcześniej z 10 automatów do recyklingu mogli się cieszyć warszawiacy.

Zwycięskie gminy wyróżniły się najbardziej proekologicznymi inicjatywami na przestrzeni ostatnich lat i miesięcy. Po instalacji recykłomatów, maszyny zostały szybko zapełnione. Mieszkańcy za oddawanie butelek otrzymują atrakcyjne nagrody – np. darmowe kompostowniki, zabawki z tektury,

kosze na odpady biodegradowalne, ekogadżety oraz zniżki na bilety do kina, na basen, lodowisko i wydarzenia kulturalne. Niektóre gminy w dalszym ciągu dysponują otwartą listą benefitów, co oznacza, że nadal mogą przyłączać się nowi partnerzy, w tym lokalni przedsiębiorcy, chcący zaoferować mieszkańcom upusty cenowe czy vouchery na swoje usługi.

Ideą konkursu „Świat Bez Odpadów – recykłomat w Twojej gminie” jest zachęcanie Polaków do segregowania odpadów. Inicjatorem akcji jest Coca-Cola przy wsparciu finansowym Fundacji Coca-Cola w Atlancie. Partnerami byli: Fundacja Nasza Ziemia, firma EcoTech System, która odpowiadała za instalację maszyn oraz wydawnictwo Ringier Axel Springer Polska. Patronem honorowym konkursu zostało Ministerstwo Rozwoju.



Program Działaj z imPETem



Kampania „Działaj z imPETem!” to innowacyjny projekt ponad podziałami, którego celem jest zwiększenie ilości zbieranych i poddawanych recyklingowi butelek PET. Projekt został zainicjowany w 2018 roku przez czterech wiodących producentów branży FMCG, wprowadzających na polski rynek wody i napoje w butelkach PET,

m.in. Coca-Cola HBC Polska. Kampania „Działaj z imPETem!” ma na celu edukację społeczeństwa w zakresie odpowiedniego postępowania z wartościowym tworzywem, jakim są butelki PET. Projekt obejmuje różne przedsięwzięcia edukacyjne, poprzez które zwraca uwagę mieszkańców na problem prawidłowej segregacji odpadów opakowaniowych i ich recyklingu.

Projekt był realizowany przez największą organizację odzysku w Polsce, firmę Rekopol.

Wpływ na społeczeństwo

5 RÓWNOŚĆ PŁCI



10 MNIEJ NIERÓWNOŚCI



Zgodnie z Misją Zrównoważonego rozwoju 2025
Cola-Cola HBC dążymy do:

- wspierania rozwoju 1 miliona młodych wchodzących na rynek pracy, w 28 krajach, dzięki programowi #YouthEmpowered,
- tworzenia różnorodnych zespołów w taki sposób, aby 50% stanowisk kierowniczych zajmowały kobiety,
- zmniejszenia wskaźnika wypadków przy pracy o 50%.

To nasza
odpowiedź na cele
zrównoważonego
rozwoju ONZ:



System Coca-Cola w Polsce zatrudnia blisko dwa tysiące pracowników. Naszą działalnością wspieramy również ponad 12,6 tysiąca miejsc pracy w innych firmach w całym kraju - dzięki jednemu stanowisku pracy w spółkach systemu Coca-Cola powstaje prawie 6 stanowisk pracy w różnych branżach w Polsce, m.in. w transporcie, cukrownictwie, rolnictwie i handlu. Uczestniczymy w życiu społecznym angażując się i wspierając ważne dla społeczeństwa tematy. Choć Coca-Cola to marka globalna, to chcemy być „dobrym sąsiadem”, dlatego wszędzie tam, gdzie działają nasze zakłady – działamy na rzecz dobra wspólnego razem z lokalnymi społecznościami.

Pracodawca

Zatrudnienie

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Zatrudnienie

Jesteśmy dużą firmą. Chcemy gwarantować pracownikom atrakcyjne i komfortowe warunki zatrudnienia, terminowe płatności oraz angażujące, włączające i bezpieczne środowisko

pracy. Zatrudniamy **blisko 1800 osób**, w ogromnej większości na pełen wymiar etatowy i umowy na czas nieokreślony.

102-8 Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji

Liczba pracowników ze względu na rodzaj zatrudnienia

	2020	2019
Umowa na cały etat	1 758	1 824
Umowa na 1/2 etatu	4	4
Inny wymiar etatu	9	6

Liczba pracowników ze względu na formę zatrudnienia

	2020	2019
Umowa o pracę na czas określony	121	291
Umowa o pracę na czas nieokreślony	1 650	1 543

401-1 Łączna liczba i odsetek nowych pracowników zatrudnionych oraz łączna liczba odejść w okresie raportowania

Całkowita liczba nowych pracowników zatrudnionych w organizacji w raportowanym okresie, w tym w podziale na

Płeć	2020	2019
Kobiety	49	182
Mężczyźni	73	330

Wiek	2020	2019
Poniżej 30 lat	61	262
30-50 lat	58	243
Powyżej 50 lat	3	7

Region	
Białystok	6
Gdańsk	9
Warszawa	43
Katowice	5
Kraków	19
Łódź	9
Radzymin	12
Tylicz	8
Wrocław	11

W 2020 roku zmniejszyliśmy zatrudnienie w naszej organizacji. Zwolnienia wynikały z konieczności uproszczenia naszej struktury oraz potrzeby podniesienia efektywności organizacyjnej. W proces zwolnień zaangażowana została rada pracownicza Coca-Cola HBC i związki zawodowe. Wszyscy zwalniani pracownicy otrzymali propozycje wsparcia w poszukiwaniu nowej pracy.

Wskaźnik nowych pracowników zatrudnionych w organizacji w raportowanym okresie, w tym w podziale na

Płeć	2020	2019
Kobiety	0,03	0,1
Mężczyźni	0,04	0,18

Wiek	2020	2019
Poniżej 30 lat	0,04	0,14
30-50 lat	0,03	0,13
Powyżej 50 lat	0,002	0,01

Region	
Białystok	0,0034
Gdańsk	0,005
Warszawa	0,02
Katowice	0,0028
Kraków	0,01
Łódź	0,0034
Radzymin	0,007
Tylicz	0,0045
Wrocław	0,006

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Różnorodność, równe traktowanie i przeciwdziałanie dyskryminacji

W Coca-Cola HBC obowiązuje Polityka Ochrony Praw Człowieka, która opiera się na zasadach zdefiniowanych w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczącej Podstawowych Zasad i Praw w Pracy, ONZ Global Compact i Głównych Zasad ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka. Dokument omawia m.in. takie kwestie jak promowanie różnorodności, swobodę zrzeszania się, bezpieczne i przyjazne środowisko pracy, zapobieganie pracy przymusowej czy czas pracy i dodatkowe świadczenia. Polityka Ochrony Praw Człowieka w Coca-Cola HBC jest spójna z Polityką Praw Człowieka Coca-Cola.

Wszystkie polityki obowiązujące w Coca-Cola HBC – w tym również Politykę Ochrony Praw Człowieka – znaleźć można na stronie [internetowej](#)

406-1 Całkowita liczba przypadków dyskryminacji
202-2 Odsetek kadry najwyższego szczebla zatrudnionej spośród lokalnej społeczności

W Coca-Cola HBC nie ma miejsca na jakikolwiek przejaw dyskryminacji. W naszej organizacji liczą

się kompetencje, a nie płeć, wiek, przekonania polityczne, wyznawana religia czy stopień sprawności. 58% osób wśród naszej kadry najwyższego szczebla pochodzi z Polski. Jesteśmy różni – różne są nasze korzenie, doświadczenia i języki ojczyste, nasza najwyższa kadra kierownicza pochodzi z Estonii, Grecji, Ukrainy, Serbii oraz Polski. Ale to właśnie dzięki temu, nasz zespół może osiągać więcej. Ceniemy sobie współpracę i otwarty dialog. Jako Coca-Cola HBC Polska jesteśmy sygnatariuszem Karty Różnorodności, której koordynatorem w Polsce jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu, w ramach której deklarujemy zakaz dyskryminacji w miejscu pracy oraz wyrażamy gotowość do zaangażowania wszystkich pracowników oraz partnerów biznesowych w działania na rzecz promocji polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy. W 2020 roku nie odnotowaliśmy przypadku dyskryminacji w naszej organizacji.

Wiemy że różnorodne zespoły są bardziej efektywne, a przywództwo i podejmowanie trafnych decyzji to umiejętności w takim samym stopniu kobiet, jak i mężczyzn. Dlatego jako cel w organizacji postawiliśmy sobie równe wg płci obsadzenie do 2025 roku stanowisk kierowniczych.

405-1 Skład ciała nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności

Odsetek osób w ciałach zarządczych w poniższych wymiarach różnorodności

Płeć	2020	2019	Wiek	2020	2019
Kobiety	42	32,8	Poniżej 30 lat	8,3	7,1
Mężczyźni	58	67,2	30-50 lat	83,3	85,4
			Powyżej 50 lat	8,3	7,5



W The Coca-Cola Poland Services Sp. z o. o. na koniec 2020 roku procent kobiet zatrudnionych na stanowiskach menadżerskich wynosił 52% a mężczyzn – 48%.

Na koniec 2020 roku 42% stanowisk w zarządzie Coca-Cola HBC Polska zajmują kobiety



Odsetek pracowników w poniższych wymiarach różnorodności - płeć

Kobiety

Kadra kierownicza	32,35 %
Pozostali pracownicy	29,71 %

Mężczyźni

Kadra kierownicza	67,65 %
Pozostali pracownicy	70,28 %

Odsetek pracowników w poniższych wymiarach różnorodności - wiek

Poniżej 30 lat

Kadra kierownicza	6,72 %
Pozostali pracownicy	20,64 %

30-50 lat

Kadra kierownicza	84,88 %
Pozostali pracownicy	68,31 %

Powyżej 50 lat

Kadra kierownicza	8,40 %
Pozostali pracownicy	11,05 %

Odsetek pracowników w poniższych wymiarach różnorodności - inne

Inne

Nie dotyczy	0 %
-------------	-----

W The Coca-Cola Poland Services Sp. z o. o. na koniec 2020 roku osoby zatrudnione w 66,4% stanowiły kobiety, w 33,6% stanowili mężczyźni.

Szkolenia i rozwój

103-1 103-2, 103-3 Aspekt: Szkolenia i edukacja

W Coca-Cola HBC w Polsce przygotowaliśmy dla pracowników szkolenia dopasowane do aktualnych i przyszłych potrzeb biznesowych. Rozwijamy kompetencje naszej załogi wierząc w potencjał i ambicje każdego naszego pracownika. Opracowaliśmy różnorodne programy podnoszenia kwalifikacji zawodowych dla wszystkich stanowisk w naszej organizacji – na „szyte na miarę” szkolenia mogą liczyć m.in. pracownicy naszych zakładów produkcyjnych, managerowie różnego szczebla, czy osoby zatrudnione w dziale sprzedaży. W zależności od zapotrzebowania oferujemy także wsparcie w nauce języka angielskiego, kursy związane z zagadnieniami prawnymi, szkolenia z technik negocjacyjnych oraz umiejętności digitalowych.

Budujemy silne kompetencje zespołów do realizacji naszej strategii. Obserwujemy naszych liderów niższego, średniego i wyższego szczebla i pomagamy im w jak najszybszym zdobyciu kompetencji potrzebnych do zarządzania swoimi obszarami.

Cele szkoleń w Coca-Cola HBC Polska:

- doskonalenie umiejętności managerskich,
- wdrożenie nowo zatrudnionych pracowników,
- wyrównanie kompetencji wewnątrz działu sprzedaży na różnych szczeblach zarządzania.

Pandemia nie zatrzymała szkoleń pracowników – zmieniła tylko ich formułę. W 2020 roku zorganizowaliśmy cykl projektów on-line, których celem była pomoc w odnalezieniu się w zupełnie nowej rzeczywistości. Przeprowadziliśmy m.in. serię szkoleń dotyczącą zarządzania zespołem zdalnie, efektywnej sprzedaży przez telefon, czy samej pracy zdalnej, samoorganizacji i motywacji. Dodatkowo zorganizowaliśmy kursy z zakresu bezpieczeństwa, przygotowane osobno dla poszczególnych funkcji z uwzględnieniem specyfiki codziennej pracy. Równocześnie kontynuowaliśmy realizację tradycyjnych tematów szkoleń, przenosząc je do przestrzeni wirtualnej.

404-1 Liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia

Średnia liczba godzin szkoleniowych, które odbyli pracownicy w raportowanym okresie, w podziale na:

Płeć

	2020	2019
Kobiety	22,43	30,10
Mężczyźni	17,08	69,31

Kategoria zatrudnienia

	2020	
Liderzy zmiany	29,31	3,78
Liderzy Pierwszej Linii	20,16	3,38
Przyszli Liderzy	2,23	1,92
Specjaliści i Eksperci	19,81	3,03
Pracownicy wspierający	1,18	2,88
Top 300	46,51	3,96
Top 40	0,42	16,70
Pracownicy liniowi	0,68	2,60



Szkolenia dla managerów

Kluczową rolę w programie rozwoju pracowników Coca-Cola HBC Polska odgrywają szkolenia dla nowych managerów niższego szczebla oraz dla nowych managerów średniego szczebla. W 2020 roku ukończyło je 810 z 930 kwalifikujących się pracowników.

Wpływ szkoleń:

- 89%** przełożonych osób uczestniczących w programach stwierdziło, że poprawiły one swoje wyniki,
- 92%** uczestników szkoleń oceniło swoją wiedzę i umiejętności nabyte w programie jako kluczowe dla osiągnięcia wyjątkowych wyników.

Fast Forward

Fast Forward to trwające 12 miesięcy programy rozwojowe dla pracowników o najwyższym potencjale. Szkolenia odbywają się na trzech poziomach - od specjalisty do managera, od managera do senior managera i od senior managera do członka zarządu. 28 pracowników (22 z Polski, 6 z Krajów Bałtyckich) wzięło udział w programie.

Programy te mają na celu:

- utrzymywanie „talentów”, tj. rozpoznawanie pracowników o wysokim potencjale i zapewnienie im jasnych możliwości rozwoju w obrębie firmy, planowanie ich ścieżek kariery i budowanie zaangażowania,
- budowanie sukcesji, czyli grona sukcesorów najważniejszych stanowisk menedżerskich w organizacji oraz obsadzanie ważnych stanowisk „talentami”, czyli osobami przygotowanymi do objęcia ról menedżerskich,
- przygotowanie do zmiany roli, tj. rozwijanie odpowiedniego nastawienia, samodzielności, sieci kontaktów oraz określonych umiejętności, aby zapewnić skuteczne przygotowanie pracownika o wysokim potencjale do awansu i skrócić czas potrzebny mu na osiągnięcie oczekiwanych wyników po tej zmianie.

Ponadto pracownicy Coca-Cola HBC Polska mogą korzystać z platformy e-learningowej Helo, na której dostępnych jest niemal 2500 zasobów szkoleniowych w 22 językach.

Dzięki programowi FF zrozumiałem, że ustalenie granic strefy komfortu zależy tylko od nas. Dodatkowo program uświadomił mi jak ważne jest patrzenie na wszystkie procesy, nie z punktu pojedynczej osoby, ale całego biznesu. Oczywiście nie możemy zapomnieć o poznaniu bliżej wielu wspaniałych ludzi i rozwijaniu współpracy, a co za tym idzie uczenia się od siebie nawzajem. Utwierdziłem się w przekonaniu, że w pracy najważniejsi są ludzie (nasz sekretny składnik) i relacje z nimi – dzięki nim możemy osiągnąć to co było do tej pory nieosiągalne.

Jakub Kojat, Production Manager APET/Syrup Room, WTP/RM & Blowing Area

Coca-Cola University

Pracownicy Coca-Cola Poland Services mają dostęp do bogatej oferty szkoleń bezpośrednich i on-line w ramach Coca-Cola University, czyli rozbudowanej

platformy szkoleniowej. The Coca-Cola Company podjęła również współpracę z LinkedIn Learning, dzięki czemu wszyscy pracownicy na całym świecie mają dostęp do szerokiej gamy ponad 5000 szkoleń on-line dostępnych w 7 językach.

404-3 Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądowi rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia

Płeć	2020	2019	
Kobiety	100	100	%
Mężczyźni	100	100	%

Kategoria zatrudnienia		
Liderzy zmiany	100	%
Liderzy Pierwszej Linii	100	%
Przyszli Liderzy	100	%
Specjaliści i Eksperti	100	%
Pracownicy wspierający	100	%
Top 300	100	%
Top 40	100	%
Pracownicy liniowi	100	%

Opportunity Market Place

Wiosną 2020 r. ruszyliśmy z nową platformą pod nazwą "Opportunity Market Place". Platforma ta służy do łączenia pracowników z projektami. Szefowie projektów publikują ogłoszenia z informacjami jakiego wsparcia i w jakim zakresie potrzebują, pracownicy szukający nowych możliwości rozwoju, chcący doświadczyć czegoś nowego mogą się do takich projektów zgłaszać. Co

niezwykle istotne, aplikować można do projektów z różnych działów, a nawet różnych państw w ramach grupy Coca-Cola HBC. Takie podejście umożliwia pracownikom realne uczenie się, zdobywanie zupełnie nowych kompetencji oraz praktyczne poznawanie innych działów w firmie. Każdy pracownik ma możliwość zgłoszenia się do dowolnego opublikowanego projektu, jeśli spełnia podstawowe kryteria wyznaczone przez szefa projektu.

THANK YOU challenge!

W 2020 roku zrealizowaliśmy dwie kampanie doceniające naszych pracowników. Pierwsza inicjatywa to Bravo campaign, podczas której szefowie poszczególnych obszarów w organizacji dziękowali swoim pracownikom za zaangażowanie w trudnym czasie COVID-19. Pracownicy otrzymywali personalizowane listy

z podziękowaniami oraz paczki z prezentami. Kolejna inicjatywa została zapoczątkowana przez samych pracowników i przybrała formę wyzwania na portalu LinkedIn. Publicznie nasi pracownicy dziękowali osobom, z którymi współpracują za otrzymane wsparcie i nominowali kolejne osoby do złożenia podziękowań. Łącznie pojawiło się ponad 400 tagów z podziękowaniami. Akcja została rozszerzona również dla pracowników produkcji i magazynów.

Platforma Smarp

Latem 2020 wdrożyliśmy w Coca-Cola HBC platformę Smarp do tworzenia treści i dzielenia się nimi w mediach społecznościowych. Smarp odpowiedź pozwala docierać szerzej nie tylko z komunikatami firmowymi, ale także prywatnymi pracowników, którzy chcą być aktywni i budować

swój wizerunek, dzielić się wiedzą i szerzyć nasze wartości. Platforma dostarcza inspiracji do tworzenia postów, pozwala na dokładne śledzenie danych statystycznych oraz wprowadza element grywalizacji. Pracownicy dzięki aktywności na platformie zdobywają punkty, które mogą wymienić na atrakcyjne nagrody.

Learn FEST

Nauka jest stałą częścią naszej pracy. Learn Fest to „targi nauki”. Zgodnie z naszym podejściem do rozwoju wierzymy, że nauka nie jest sesją szkoleniową, ani jednorazowym wydarzeniem. We wrześniu 2020 rozpoczęliśmy przygotowania do organizacji intensywnego, dwutygodniowego wydarzenia, podczas którego zaangażujemy ludzi w naukę pokazując, jak mogą korzystać

z różnorodnych zasobów, szczególnie cyfrowych. Inicjatywa ma pomóc w budowaniu nawyku uczenia się, brania odpowiedzialności za swój rozwój oraz w szerzeniu wiedzy o nowoczesnych narzędziach i formach uczenia się. Wydarzenie będzie oparte na nieszablonowych sesjach edukacyjnych oraz inspirujących wystąpieniach naszych liderów, najlepszych z 28 krajów, dając uczniom możliwość decydowania w czym i kiedy chcą się uczyć.

Nowy program mentoringowy

Mentoring w Coca-Cola HBC to partnerstwo polegające na wzajemnym uczeniu się, w ramach którego mentor i podopieczny pomagają sobie nawzajem w rozwoju osobistym i zawodowym poprzez dzielenie się wiedzą i doświadczeniem. To pożyteczna relacja oparta na wzajemnym zaufaniu i szacunku. Jego celem jest m.in. wspieranie wdrażania nowo zatrudnionych pracowników, wspieranie menedżerów w rozwoju kompetencji przywódczych oraz wspieranie talentów w procesie zmiany. W 2020 roku uprościliśmy zasady tak, żeby jak najłatwiej łączyć mentees i mentorów – powstała w tym celu dedykowana

platforma, przedstawiająca sylwetki mentorów wraz z ich dostępnością. Platforma umożliwia w prosty sposób umawianie się na spotkania mentoringowe. Daje też możliwość aplikowania na pozycję mentora. Rozszerzyliśmy też zasięg programu – z krajowego stał się projektem całej grupy, co umożliwia wybranie mentora z dowolnego kraju Coca-Cola HBC. Zwiększenie zasięgu pozwala na poznanie zupełnie nowych perspektyw i wymianę najlepszych praktyk pomiędzy krajami. Dodatkowo zwiększyła się również dostępność programu – wcześniej był on dedykowany szczególnie dla osób w zakwalifikowanych do programów talentowych, obecnie każdy pracownik otrzymał możliwość ubiegania o dołączenie do programu mentoringowego.

Flexible Working Arrangements

Aby jak najbardziej ułatwić pracownikom godzenie różnych życiowych ról, w 2020 roku wprowadziliśmy jeszcze bardziej elastyczne formy pracy - min. możliwość pracy dwa dni w tygodniu z domu, pracy

z różnych lokalizacji, czy pracy hybrydowej – część dnia z domu, część z biura oraz możliwość skrócenia czasu pracy w piątki. Flexible Working Arrangements nie jest związany z pandemią COVID-19. Program zostanie w naszej organizacji po zakończeniu pandemicznej pracy zdalnej.



Brand Opener

Zdarza się, że jako firma Coca-Cola HBC jesteśmy mylnie postrzegani przez młode osoby jako The Coca-Cola Company, a na możliwości pracy u nas patrzą one często jedynie przez pryzmat działań marketingowych. W związku z tym dbamy o to, aby stale wzrastała świadomość, że jesteśmy dwiema różnymi (choć tworzącymi jeden system) firmami oraz jakie możliwości rozwoju kariery oferujemy. W 2020 roku osiã kampanii wizerunkowej Coca-Cola HBC kierowanej do młodego pokolenia został konkurs Brand Opener. Choć była to już czwarta edycja programu, to tym razem postawiliśmy na zupełnie innã formułę ni¿ w latach poprzednich.

- Po raz pierwszy realizowaliśmy konkurs nie tylko dla Polski, ale też krajów bałtyckich – Litwy, Łotwy i Estonii.
- Poszerzyliśmy tematykę konkursu – z konkursu marketingowego, stał się konkursem skupionym na indywidualnym rozwoju z zadaniami z trzech obszarów - sprzedaży, produkcji i marketingu.
- Ze względu m.in. na mniejsze plany zatrudnienia, położyliśmy nacisk na budowanie świadomości, a nie cele rekrutacyjne.

Ze względu na pandemię, kampania Brand Opener w całości odbyła się on-line. Aby dotrzeć do nowych odbiorców, zaistnieć w ich świadomości oraz zachęcić do udziału w konkursie

Zdrowie i bezpieczeństwo

103-1, 103-2, 103-3: Zdrowie i bezpieczeństwo

Nasz cel: Zmniejszenie wskaźnika wypadków o 50 proc. oraz brak ofiar śmiertelnych w wypadkach przy pracy.

[403-6]

zrealizowaliśmy szeroko zakrojoną, on-linową kampanię wizerunkową, trwającą trzy miesiące i wykorzystującą różnorodne kanały komunikacji, m.in. Facebook, YouTube i Messengera.

W roku 2020 kampania odbyła się pod hasłem: **Unbottle your potential**. W jej ramach zrealizowaliśmy **konkurs główny, mini-challenge oraz wydarzenia na żywo**, w tym również z członkami naszego zarządu.

Naszym celem było nie tylko wypromowanie konkursu i towarzyszących mu on-linowych wydarzeń, ale przede wszystkim budowanie świadomości i naszego wizerunku pracodawcy z wyboru wśród młodej generacji. Kampania pozwoliła nam być stale aktywnymi w środowisku akademickim, nawet w wyjątkowych okolicznościach roku 2020. Brand Opener 2020 pozwolił nam przybliżyć studentom realia pracy w firmie FMCG, dostarczył przydatnej, praktycznej wiedzy oraz zainspirował do podejmowania odważnych życiowych i zawodowych decyzji.

Efekty Brand Opener 2020:

- zasięg na Facebooku: 732 800 osób,
- ponad 8,5 mln odsłon naszych reklam,
- 7644 kliknięć prowadzących do strony internetowej kampanii,
- 11 553 interakcji.

W Systemie Coca-Cola w Polsce stosujemy i rozwijamy skuteczne systemy, standardy oraz procedury bezpieczeństwa i higieny pracy adekwatne do ryzyka związanego z działaniami biznesowymi.

W Coca-Cola Poland Services praca ma charakter biurowy, co sprawia, że poziom ryzyka urazów przy pracy jest stosunkowo niski. Znacznie większe wyzwania z zakresu bezpieczeństwa występują

w obszarach związanych z produkcją i logistyką w Coca-Cola HBC Polska. W firmie obowiązują Polityka w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy, Polityka Bezpiecznego Zarządzania Flotą Samochodową oraz procedury systemu zgodnego z normą ISO 45001.

Bezpieczeństwo naszych pracowników ma najwyższy priorytet. W 2020 roku w zakładach Coca-Cola HBC w Polsce została wprowadzona międzynarodowa norma ISO 45001 opisująca system zarządzania BHP. Choć nie jest ona wymagana przez polskie prawodawstwo, zdecydowaliśmy się na jej wprowadzenie zdając sobie sprawę,

Proces oceny ryzyka oraz identyfikacji zagrożeń

[403-2]

W Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie minimum raz do roku oceniamy ryzyka zawodowe na wszystkich stanowiskach. Wyniki są omawiane w trakcie przeglądu systemów zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy wdrożonych w każdym zakładzie produkcyjnym i opartych na wymaganiach normy ISO 45001. W funkcjach, które nie mają wdrożonego systemu zarządzania, wyniki oceny ryzyka zawodowego są analizowane na bieżąco na comiesięcznych spotkaniach dotyczących wyników bezpieczeństwa pracy. Raz w roku zarząd Coca-Cola HBC Polska jest informowany o grupach podejmowanych działań, które wynikają m.in. z analizy oceny ryzyka zawodowego.

Identyfikacja zagrożeń

W organizacji wdrożyliśmy program identyfikacji

jak ważne są najwyższe standardy bezpieczeństwa pracy. System zarządzania został wdrożony, utrzymywany i certyfikowany przez zewnętrzną jednostkę certyfikującą w zakładach w Radzyminie, Staniątkach i Tyliczu.

[403-3]

Za zarządzanie bezpieczeństwem pracy w Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie odpowiada Zarząd. W Coca-Cola HBC powołaliśmy też funkcję Kierownika ds. BHP odpowiedzialnego za Polskę i kraje bałtyckie, który nadzoruje kwestie bezpieczeństwa i rozwija system zarządzania kwestiami BHP.

zagrożeń Near Miss. Każdy pracownik może zgłosić zagrożenie za pośrednictwem elektronicznej bazy, a następnie do każdego zagrożenia przypisywany jest plan działań. W 2020 r. w Polsce zgłoszonych zostało 2042 zagrożeń. W przypadku 73% zgłoszeń zostały podjęte stosowne działania. Pozostałych 27% zostanie zrealizowanych w 2021 roku.

Zgłaszanie i analiza przyczyn

Każdy pracownik ma obowiązek zgłoszenia zdarzeń wypadkowych i potencjalnie wypadkowych. Zespół wypadkowy określa przyczyny danego zdarzenia. Pozostałe jednostki są informowane zarówno o zdarzeniu, jak i o jego przyczynach. W kolejnym kroku wdrażane są działania zapobiegawcze mające na celu wyeliminowanie ryzyka wystąpienia podobnego zdarzenia w innych działach.

W przypadku, gdy praca stanowi bezpośrednie zagrożenie zdrowia lub życia, pracownik ma obowiązek powstrzymania się od jej wykonania. O takim obowiązku są informowani wszyscy pracownicy.

Działania prewencyjne

[403-7]

Oprócz ścisłego przestrzegania regulacji dotyczących BHP prowadzimy również działania prewencyjne.

Oto niektóre z nich:

tablice Czarny Punkt instalowane w tych miejscach na terenie zakładu, w których doszło do wypadku,

tablice informujące o liczbie dni od ostatniego wypadku oraz o najwyższej dotychczasowej liczbie dni bezwypadkowych instalowane przed wjazdami do zakładów,

program promujący rozmowy na temat bezpieczeństwa Walk The Talk,

cykl artykułów poświęconych BHP w magazynie firmowym „Family Magazine”,

strona poświęcona BHP w firmowym intranecie zawierająca nie tylko dobre praktyki, ale też materiały szkoleniowe związane z BHP,

wyposażenie aut służbowych w system ostrzegania w sytuacji niezachowania wystarczająco bezpiecznej odległości od innego pojazdu na drodze,

kampanie na temat bezpieczeństwa – Safety Week. W 2020 r. po raz pierwszy odbył się również w wersji on-line. W ramach wirtualnych 48 aktywności wzięło w nim udział 858 osób. Do udziału w tygodniu bezpieczeństwa zaproszeni zostali również pracownicy TCCC.

Liczba dni bez wypadku przy pracy w zakładach Coca-Cola HBC Polska*

	2020	2019
Staniątki	50	274
Tylicz	624	258
Radzymin	472	106

*Stan na 31 grudnia

W 2020 roku w Coca-Cola HBC Polska odnotowaliśmy sześć wypadków przy pracy powodujących utratę czasu pracy.

[403-9]

Wskaźnik urazów związanych z pracą

	2020	2019
Liczba ofiar śmiertelnych w wyniku obrażeń związanych z pracą	0	0
Wskaźnik ofiar śmiertelnych w wyniku obrażeń związanych z pracą	0	0
Liczba poważnych obrażeń związanych z pracą (z wyłączeniem ofiar śmiertelnych)	0	0
Wskaźnik poważnych obrażeń związanych z pracą (z wyłączeniem ofiar śmiertelnych)	0	0
Liczba obrażeń związanych z pracą	5	5
Wskaźnik obrażeń związanych z pracą	0,29	0,33
Główne rodzaje obrażeń związanych z pracą	Upadki/potknięcia	Urazy pleców
Dla wszystkich pracowników, którzy nie są pracownikami, ale których praca i / lub miejsce pracy są kontrolowane przez organizację		
Liczba ofiar śmiertelnych w wyniku obrażeń związanych z pracą	0	0
Wskaźnik śmiertelności w wyniku obrażeń związanych z pracą	0	0
Liczba poważnych obrażeń związanych z pracą (z wyłączeniem ofiar śmiertelnych)	0	0
Wskaźnik poważnych obrażeń związanych z pracą (z wyłączeniem ofiar śmiertelnych)	0	0
Liczba obrażeń związanych z pracą	0	1
Wskaźnik obrażeń związanych z pracą	n/a	n/a
Główne rodzaje obrażeń związanych z pracą	Urazy palców	Urazy pleców
Liczba przepracowanych godzin	n/a	n/a

* Wskaźniki zostały policzone na bazie 100 pracowników



Liczba wypadków przy pracy na 100 zatrudnionych

2004	2014	2017	2018	2019	2020
2,38	0,76	0,43	0,44	0,33	0,24

[403-10]

W Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie nie odnotowano chorób zawodowych.

Tydzień Zdrowia i Bezpieczeństwa

Raz w roku organizujemy Tydzień Zdrowia i Bezpieczeństwa. Jego uczestnicy zdobywają i poszerzają swoją wiedzę z zakresu bezpieczeństwa dzięki licznym szkoleniom i warsztatom. Oferujemy m.in. możliwość wykonania w firmie podstawowych badań, dowiedzieć się o znaczeniu prawidłowej diety, czy spotkać z zewnętrznymi specjalistami np. lekarzami czy policjantami.

Bezpieczeństwo w pandemii

W czasie pandemii COVID-19 System Coca-Cola w Polsce – podobnie jak lokalne zespoły na całym świecie – ściśle przestrzegał najlepszych praktyk z zakresu przeciwdziałania zakażeniom koronawirusem. Zadbaliśmy o bezpieczeństwo zarówno pracowników biurowych, jak i osób pracujących w zakładach produkcyjnych i dystrybucji naszych napojów. Nasze działania skupiły się na dwóch obszarach – z jednej strony chcieliśmy zminimalizować szanse zarażenia, z drugiej – nie przerywać produkcji.

Wszyscy zatrudnieni, których charakter pracy na to pozwalał poprosiliśmy o pracę zdalną w maksymalnym wymiarze. Odwołaliśmy większość delegacji krajowych i zagranicznych oraz przełożyliśmy wizyty gości w naszych obiektach.

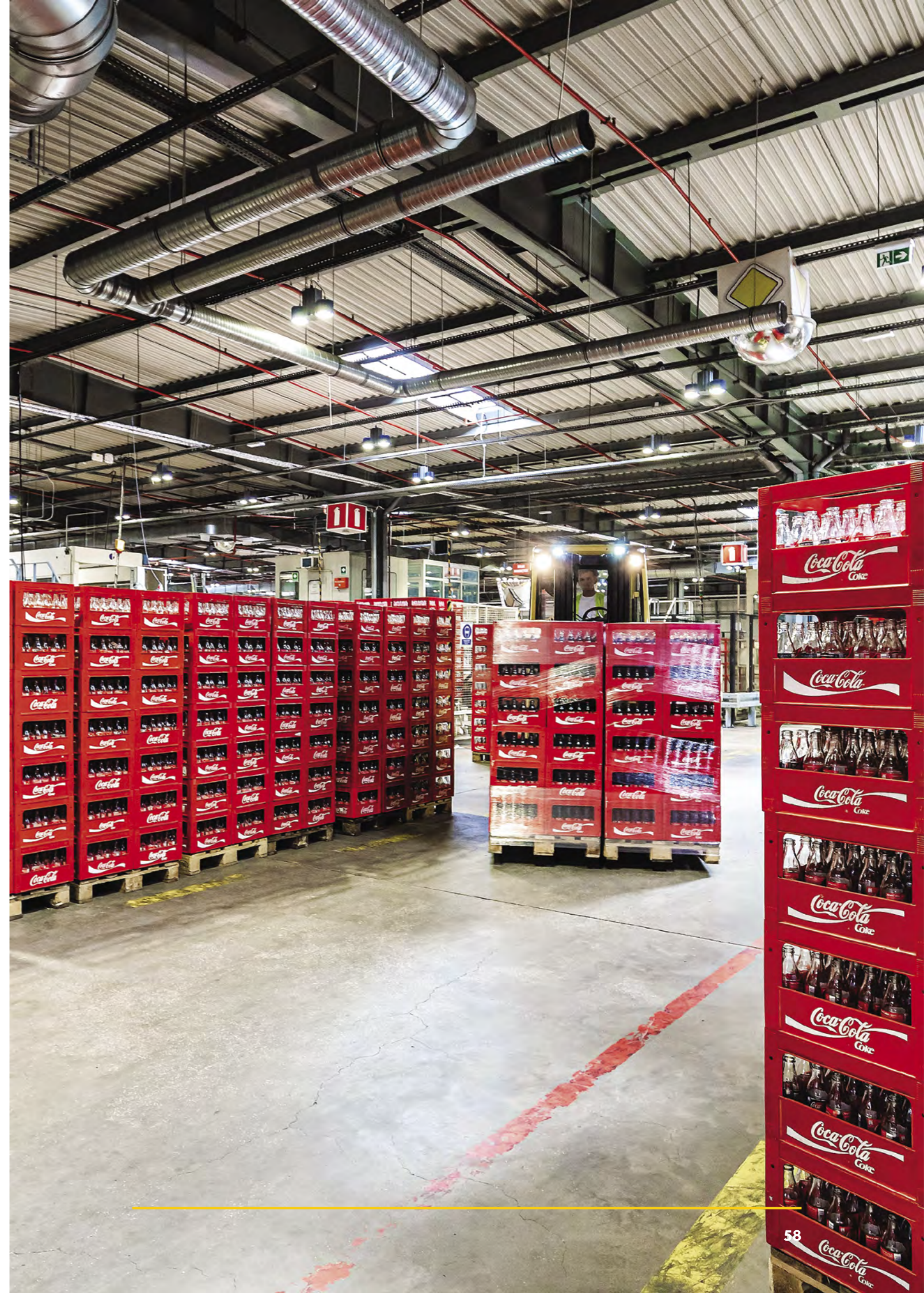
W zakładach produkcyjnych – gdzie ze zrozumiałych względów praca zdalna nie jest możliwa – podnieśliśmy już i tak wysokie standardy higieny. Wdrożyliśmy dodatkowe procedury dezynfekcji i czyszczenia wszystkich tych powierzchni, z którymi pracownicy mieli najczęściej kontakt. Wszyscy pracownicy otrzymali też środki ochrony osobistej – w sumie w 2020 roku zużyliśmy ponad 665 tysięcy rękawiczek, ponad 275 tysięcy maseczek oraz ponad 1200 litrów płynu do dezynfekcji.

Zadbaliśmy też o profilaktykę. Dzięki 53 termometrom na podczerwień każdy pracownik przed wejściem do naszych obiektów miał sprawdzaną temperaturę.

W sumie w 2020 roku wdrożyliśmy w naszych zakładach i biurze głównym 247 „antycovidowych” zabezpieczeń. Ich poprawne wdrożenie sprawdziliśmy podczas 12 audytów związanych z prewencją COVID-19.

W czasie pandemii zapewniliśmy też naszym pracownikom wiedzę o tym, jak najlepiej zabezpieczyć się przed zachorowaniem na COVID-19. W 29 szkoleniach on-line udział wzięło w sumie 2921 uczestników.

92% pracowników Coca-Cola HBC w Polsce stwierdziło w wewnętrznym badaniu Puls check, że jest dobrze poinformowanych w sprawach koronawirusa.



Employee Advocacy Platform

W związku z pandemią wdrożyliśmy system EAP - Employee Advocacy Platform - czyli poufny serwis wsparcia. System zostanie z nami na stałe, również po zakończeniu pandemii. Jego celem jest udzielanie bezpłatnej pomocy psychologicznej

pracownikom oraz ich rodzinom dotyczącej kłopotów i wyzwaniami codziennego życia. Program EAP oferuje dopasowane do potrzeb i profesjonalne wsparcie oraz pomoc w zarządzaniu życiowymi trudnościami. Centrum pomocy EAP działa 24/7, tak aby oferować wsparcie zawsze gdy jest taka potrzeba.

Smart Glasses

Pandemia zmieniła też sposób, w jaki konserwowane i naprawiane są urządzenia na naszych liniach produkcyjnych. Wprowadziliśmy technologię Smart Glasses, dzięki której – po założeniu specjalnych okularów – pracownicy zakładów w Polsce przekazują widziany przez siebie obraz do

konsultantów technicznych na całym świecie. Eksperti – „widząc oczami” pracownika – mogą poprowadzić jego prace w najbardziej efektywny sposób. Dzięki Smart Glasses zredukowaliśmy liczbę spotkań bezpośrednich, a jednocześnie zredukowaliśmy emisję CO2 ograniczając konieczność podróży.

Benefity

401-2 Świadczenia dodatkowe (benefity) zapewniane pracownikom pełnoetatowym

Doceniamy pracowników Coca-Cola HBC w Polsce nie tylko finansowo. Osoby zatrudnione na etacie w naszej organizacji mogą liczyć m.in. na²:

- ubezpieczenie na życie i zdrowie,
- dostęp do prywatnej opieki zdrowotnej,

- urlop rodzicielski,
- kartę sportową,
- dodatkowe dni wolne za staż pracy lub do wykorzystania na wolontariat,
- odprawę emerytalną,
- dofinansowanie nauki,
- elastyczne formy pracy.

²poszczególne pakiety benefitów mogą się różnić w zależności od spółki Systemu Coca-Cola

Uczestnik życia społecznego

W Polsce wspieramy programy na rzecz lokalnej społeczności. Staramy się angażować w obszary, w których możemy dzielić się wiedzą, doświadczeniem i kompetencjami, a także tam, gdzie możemy być najbardziej pomocni.

Wierzymy, że razem możemy więcej dla wspólnego dobra. Naszym celem jest tworzenie wartości dodanej w społecznościach, w których działamy. Nasze inwestycje społeczne koncentrują się na kreowaniu pozytywnego wpływu na

społeczeństwo oraz gospodarkę, poprawie jakości życia społeczności, rozwoju młodzieży i inicjowaniu projektów środowiskowych.

Szereg naszych inicjatyw realizujemy z organizacjami pozarządowymi i branżowymi. Wierzymy, że razem możemy wspierać lokalne

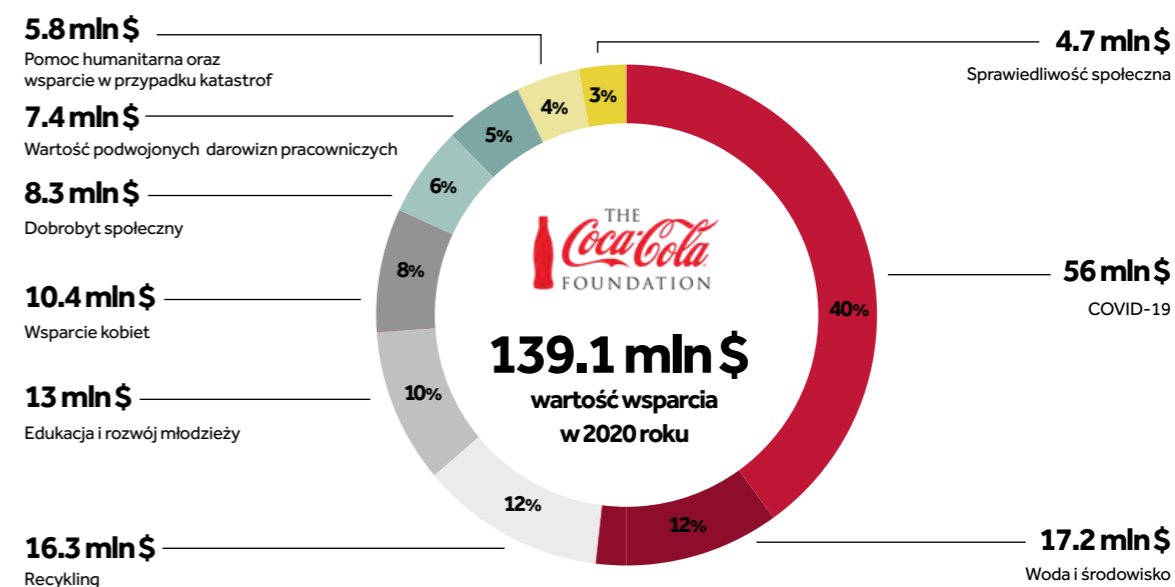
społeczności i odpowiadać na ich kluczowe potrzeby. Tak jak w czasie pandemii COVID-19 kiedy to wolontariusze Coca-Cola HBC Polska razem z Federacją Polskich Banków Żywności brali udział w przygotowaniu i dystrybucji paczek żywnościowych dla najbardziej potrzebujących.

The Coca-Cola Foundation

The Coca-Cola Foundation jest głównym ramieniem międzynarodowej filantropii w naszej firmie. Realizuje zobowiązanie The Coca-Cola Company do corocznego przekazywania na cele charytatywne 1% przychodów operacyjnych koncernu za rok poprzedni. Dotacje przyznawane są przez cały rok na podstawie naszych priorytetów, wymogów podatkowych, zgodności z prawem i akceptacji Zarządu Fundacji.

Od początku istnienia Fundacja wspiera nauczanie w szkołach i poza nimi. W 2007 roku zakres wsparcia został poszerzony o globalne programy zarządzania zasobami wodnymi, działania w zakresie kultury fizycznej i żywienia oraz programy recyklingu. Dziś strategię wsparcia są dostosowane do globalnej platformy zrównoważonego rozwoju i obejmują także wzmocnienie roli i przedsiębiorczości kobiet.

Od początku swego istnienia The Coca-Cola Foundation przekazała na cele charytatywne ponad miliard USD. W samym 2020 było to 139 milionów USD pomocy, w tym 56 mln USD roku na wsparcie walki ze skutkami COVID-19.



Sukces to ja

W 2020 roku Fundacja Coca-Cola wraz z Fundacją Sukcesu Pisanego Szminką zaangażowały się w działania na rzecz wspierania i aktywizacji zawodowej kobiet w Polsce w ramach programu „Sukces to Ja”. Program działa od 2016 roku, a z powodu pandemii dotychczasowe narzędzia do nauki i samorozwoju oraz zupełnie nowe rozwiązania i platformy zostały udostępnione on-line. Osoby, które chcą poszerzyć dotychczasowe kompetencje znajdują tam certyfikowane kursy on-line, prowadzone przez Olgę Kozierowską i Grzegorza Miecznikowskiego. Na stronie można pobrać także e-booki o tematyce biznesowej oraz obejrzeć 40 różnorodnych spotkań, prowadzonych przez uznanych ekspertów z wielu branż, którzy dzielą się swoimi doświadczeniami.

W 2020 w ramach programu przeszkolono niemal 173 tys. kobiet. Od momentu startu programu skorzystało z niego już 700 tys. kobiet z całego kraju.

Dodatkowo, w ramach uruchomionej akcji #SzminkaKobietom właścicielki firm i organizacji mają możliwość zareklamowania swojej działalności za pośrednictwem kanałów komunikacji Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką tj. portali Sukcespisanyszminka.pl i Sukcestoja.pl oraz

Facebooka, Instagrama i LinkedIna. Dodatkowo, dla tych wszystkich którzy potrzebują dogłębnej i usystematyzowanej wiedzy, prowadzone są indywidualne sesje mentoringowe.

Wśród licznych bezpłatnych narzędzi on-line unikalną propozycją jest aplikacja MyOla, która zawiera regularnie uaktualniane nagrania, rozmowy z psychologami, ekspertami i mentorami, medytacje oraz ćwiczenia oddechowe. Jest to narzędzie, które ma nieść wsparcie i dać przydatną wiedzę w świadomym budowaniu lepszego życia i większego zadowolenia. Aplikacja jest podzielona na kilka kategorii, które odpowiadają czterem sferom życia kobiety – Ja, Związek, Rodzina i Kariera. W jej rozwój i aktualizację zaangażowanych jest wiele znanych osób.



Konkurs Bizneswoman Roku

Coca-Cola objęła swoim patronatem kategorię Pomysł na Start/Biznes lokalny w ramach konkursu Bizneswoman Roku organizowanego przez Sukces Pisaną Szminką. Kategoria ta została stworzona w celu aktywizacji i wsparcia lokalnych biznesów prowadzonych przez kobiety.

Youth Empowered Program

Od 2017 roku prowadzimy program Youth Empowered – inicjatywą edukacyjną dla osób młodych, niepracujących, znajdujących się poza systemem edukacji i niepodejmujących szkoleń. Program wspiera proces włączenia zawodowego poprzez oferowanie uczestnikom narzędzi budujących ich potencjał i możliwości na rynku pracy. W ramach Youth Empowered stworzyliśmy [Yep.academy](#), czyli internetową platformę zawierającą m.in. testy kompetencji i zdolności, a także szkolenia on-line mające pomóc młodym ludziom w rozwinięciu umiejętności niezbędnych na rynku pracy, w tym kalkulator wynagrodzeń pomagający obliczyć minimalne zarobki. W 2020 roku z tych narzędzi skorzystało ponad 20 000 użytkowników, a w sumie przez 3 lata ponad 100 000.

Ponad

100 000

użytkowników skorzystało z narzędzi programu Youth Empowered

Z myślą o młodych ludziach, którzy chcieliby sprawdzić, jak w praktyce wygląda praca na danym stanowisku, przygotowaliśmy [program mentoringowy](#) YEP oferujący możliwość wykorzystania wiedzy pracowników Coca-Cola HBC, zapoznania się z karierą zawodową w wybranych obszarach i skorzystania z porad doświadczonych profesjonalistów dotyczących wyboru ścieżki edukacyjnej lub zawodowej. Dodatkowo realizowany w naszej firmie job shadowing pozwala młodym ludziom asystować pracownikom Coca-Cola HBC w dzień roboczy, dzięki czemu stażyci mogą w praktyce zobaczyć, jak wygląda praca na danym stanowisku.



Wolontariat pracowniczy

Chcemy, aby nasi pracownicy stanowili wspólnotę i tworzyli wartość dodaną dla otoczenia. Wspieramy wolontariat pracowniczy - akcyjny, projektowy i kompetencyjny (np. Youth Empowered Program).

Każdy pracownik ma możliwość zgłoszenia własnych propozycji rozwiązań w ramach konkursu na granty wolontariackie, ocenianych później przez specjalną komisję złożoną z pracowników i niezależnych ekspertów zewnętrznych. Pracownicy mogą angażować własne rodziny, przyjaciół

i przedstawicieli lokalnych społeczności i wspólnie realizować ważne dla społeczności projekty, także w godzinach pracy. W 2020 roku sfinansowaliśmy niemal 20 projektów wspierających m.in. członków grup wykluczonych szczególnie podczas pandemii tj. osoby starsze, mieszkańcy DPSów. Jako wolontariusze współpracowaliśmy z Bankami Żywności, przygotowaliśmy paczki i rozwoziliśmy je potrzebującym, a także angażowaliśmy się w środowiskowe akcje, wspierające miejscową bioróżnorodność, akcje sprzątnięcia. Wszystkie akcje prowadzone były w reżimie sanitarnym, ściśle wg. ówczesnych wytycznych dot. pandemii.



Członek lokalnych społeczności

Wierzmy, że sąsiedztwo zobowiązuje. Zdajemy sobie sprawę z naszego wpływu na „małe ojczyzny” – miejsca i mieszkańców sąsiadujących z naszymi zakładami w Polsce. Jesteśmy liczącym się lokalnym pracodawcą, dajemy również zatrudnienie współpracującym z nami miejscowym firmom.

Według danych z 2019 roku System Coca-Cola w Polsce przyczynił się pośrednio do stworzenia ponad 12,6 tysięcy miejsc pracy w całej Polsce. W wielu przypadkach są to małe, rodzinne firmy, które na współpracy z naszymi spółkami opierają swoją działalność.

Dobra praktyka!

Od wielu lat wraz z najlepszymi uczelniami w kraju zapraszamy studentów ostatnich lat studiów do poznania naszych zakładów w ramach Letniej Akademii Umiejętności. Oferujemy zajęcia i warsztaty, które pozwalają na przełożenie wiedzy teoretycznej na praktykę, kontakt z ekspertami oraz możliwości zapoznania się z najnowszymi systemami produkcyjnymi w branży.

Nasze lokalne oddziaływanie nie kończy się jednak na finansach i ekonomii. Od wielu lat angażujemy się w codzienne życie lokalnych społeczności wspierając powstające inicjatywy oraz proponując własne projekty.

Szczególną uwagę przykładamy do tych działań, które pozytywnie oddziałują na lokalne środowisko naturalne. Od wielu lat prowadzimy

różnorodne programy edukacyjne, a doskonałym tego przykładem może być organizowany co roku Dzień dla Środowiska, podczas którego wraz z naszymi partnerami: Lasami Polskimi, Polskim Związkiem Wędkarskim oraz firmą Feniks Recycling przeprowadzimy szkolenia, warsztaty z segregacji odpadów i angażujemy pracowników i sąsiadów naszych zakładów na rzecz ważnych lokalnie środowiskowych akcji. Wspólnie z Wodami Polskimi zorganizowaliśmy również akcję Sprzątnięcie Świata – nasi pracownicy pomogli w uprzątnięciu międzywala rzeki Wisły w okolicach Puszczy Niepołomickiej.

Wspieramy również ekologiczny wolontariat. W ramach akcji „Zostań przyjacielem Białej Tarnawskiej” zorganizowaliśmy sprzątnięcie brzegów oraz zarybianie rzeki Biała – do aktywności zaprosiliśmy też lokalnych mieszkańców. W 2019 roku w szkołach prowadzone były też przez wolontariuszy zajęcia „Jestem ekologiczny i sportowy, zawsze wesoły i super zdrowy”, podczas których popularyzowaliśmy wiedzę, jak dbać o środowisko naturalne, a w roku 2020 odbyły się w formie on-line.

W 2020 roku jako Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie zrealizowaliśmy blisko 30 projektów wolontariackich, w które zaangażowało się aż 250 pracowników naszej firmy.

Pandemia w oczywisty sposób zmieniła nasze lokalne zaangażowanie w 2020 roku. Mimo wyzwań związanych z obostrzeniami pandemicznymi, chcieliśmy być tam, gdzie była taka potrzeba. Wspieraliśmy lekarzy, medyków i pracowników służb na pierwszej linii walki z pandemią, którzy swoim oddaniem i profesjonalną pomocą dbali o zdrowie wszystkich obywateli. Przekazaliśmy wodę oraz inne napoje ponad 40 szpitalom w całej Polsce. Ponadto za wsparliśmy Fundusz Interwencyjny do walki z koronawirusem uruchomiony

przez Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Byliśmy pierwszą organizacją w Polsce, która wsparła tę inicjatywę. Przekazaliśmy 1,6 mln zł na zakup 150 kardiomonitorów ułatwiających monitorowanie stanu zdrowia pacjentów.

Całkowita wartość naszej pomocy wyniosła 2,8 mln zł

W czasie obostrzeń epidemicznych kilkudziesięciu wolontariuszy z naszej organizacji udzieliło również aktywnego wsparcia Bankom Żywności. Nasi pracownicy brali udział w przygotowywaniu i transporcie paczek żywnościowych dla potrzebujących, w kilku miejscowościach na Mazowszu, Dolnym Śląsku i Małopolsce.

[Zobacz też podziękowania od Federacji Banków Żywności](#)

O raporcie

[102-44] [102-46]

Przygotowując niniejszy raport poprosiliśmy interesariuszy do wskazania istotnych tematów. Ze względu na pandemię panel dyskusyjny z interesariuszami odbył się w formule zdalnej i został podzielony na dwie części – wywiady indywidualne oraz spotkanie on-line ze wszystkimi interesariuszami. Panel był prowadzony zgodnie z wymaganiami standardu AA1000SES i oparty na trzech głównych zasadach – istotności, włączenia i odpowiadania. Celem panelu było:

- wysłuchanie opinii, potrzeb i oczekiwań kluczowych interesariuszy w odniesieniu do tematów istotnych dla Coca-Cola HBC Polska,
- identyfikacja ważnych dla interesariuszy tematów i oczekiwań względem Coca-Cola HBC Polska.

Rozmowy dotyczyły funkcjonowania pięciu obszarów tematycznych, zidentyfikowanych jako istotne dla Coca-Cola HBC Polska. Były to:

- Wpływ pandemii na biznes i gospodarkę,
- Regulacje – wpływ na Coca-Cola HBC i interesariuszy,
- Innowacje w opakowaniach – szanse i możliwości,
- Nowe możliwości biznesowe,
- Nowe modele pracy i współpracy.

Zespół projektowy zorganizował również już na początku 2021 roku trzy osobne panele dialogowe dla wszystkich naszych zakładów produkcyjnych – w Radzyminie, Staniątkach i Tyliczu na temat zrównoważonego zarządzania zasobami wodnymi w ramach standardu Alliance for Water Stewardship. Wzięli w nich udział przedstawiciele ponad 20 grup interesariuszy Coca-Cola HBC Polska – obecni byli reprezentanci zarówno organizacji lokalnych, przedstawiciele lokalnych podmiotów administracji lokalnej, dostawców oraz ogólnopolskich instytucji.

Sesja została przeprowadzona zgodnie ze standardem AA1000 SES. Scenariusz spotkania został przygotowany na podstawie wyników ankiety internetowej przeprowadzonej wśród interesariuszy. Podczas spotkania, interesariusze omówili kluczowe zagadnienia związane z tematyką gospodarki wodnej oraz programów zrównoważonego rozwoju zakładów.

W ankiecie online przeprowadzonej przed sesją, interesariusze zostali zapytani jak oceniają działalność Coca-Cola HBC w obszarze zarządzania zasobami wodnymi.

Uzyskane wyniki wskazują, że działania te interesariusze oceniają dobrze lub bardzo dobrze.

Ocena działalności poszczególnych zakładów Coca-Cola HBC w zakresie zarządzania zasobami wodnymi:

	Tylicz	Radzymin	Staniątki
Optymalizacja zużycia wody w procesach produkcyjnych	4,2	4,11	4,1
Działania z lokalną społecznością (zarybianie, sprzątanie świata, edukacja dzieci i młodzieży)	3,4	4,22	4,1
System zarządzania zasobami wodnymi (AWS) oraz środowiska (ISO 14001)	4	4,44	4,3

Interesariusze oceniali działania na skali 1-5, gdzie 1-bardzo źle, a 5 – bardzo dobrze.

Spośród zaproszonych do wypełnienia ankiety interesariuszy, w Staniątkach odpowiedzi udzieliło 52,6%, w Tyliczu 38,9%, a w Radzyminie 35%.

Wankietach interesariusze mieli również możliwość

Kluczowe wyzwania oraz możliwe obszary współpracy wskazane przez interesariuszy:

	Tylicz	Radzymin	Staniątki
Kluczowe wyzwania	<ul style="list-style-type: none"> Komunikacja i działania edukacyjne skierowane do pracowników, dotyczące odpowiedzialnego korzystania z zasobów, Ciągły rozwój i doskonalenie się w zakresie ochrony środowiska zgodnie z polityką firmy. 	<ul style="list-style-type: none"> Śledzenie aktualnych uwarunkowań legislacyjnych, Produkcja w ramach pozwolenia Wodno-Prawnego, Promocja regionu w związku z występowaniem wód mineralnych i zrównoważonej możliwości korzystania z ich zasobów przez turystów 	<ul style="list-style-type: none"> Działania edukacyjne skierowane do pracowników i społeczeństwa, Innowacyjne wykorzystanie wody deszczowej i zlewni, Budowa nowych urządzeń mających na celu ujęcie, uzdatnianie i dostarczanie wody odbiorcom, uzupełnienie zasobów własnych, Klimat Emisje CO2, Połączenie wody, terenów podmokłych i bioróżnorodności.
Możliwe obszary współpracy z zakładem Coca-Cola	<ul style="list-style-type: none"> Prowadzenie szkoleń oraz wspólnych akcji ekologicznych. 	<ul style="list-style-type: none"> Wymiana know-how oraz wzajemna edukacja. 	<ul style="list-style-type: none"> Lokalny dialog między wybranymi interesariuszami, Przekazywanie wiedzy interesariuszom na temat innowacyjnych rozwiązań w zarządzaniu wodą.

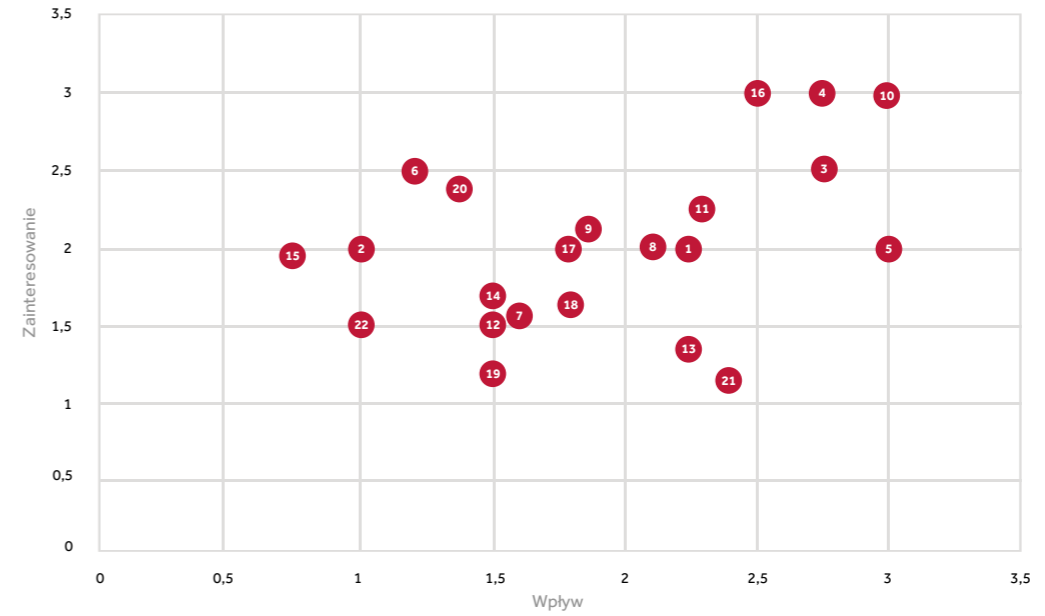
Wymienione przez interesariuszy tematy stanowią przedmiot dalszej dyskusji i planowania działań w zakładach.

Dyskusja w trakcie paneli dotyczyła m.in. edukacji konsumentów związanej z oszczędnością wody, ochrony środowiska i działań na rzecz zwiększania atrakcyjności turystycznej niektórych miejscowości, w których zlokalizowane są nasze zakłady. Uczestnicy wskazywali też na możliwości zaangażowania się Coca-Cola HBC Polska w lokalne

wskazania kluczowych wyzwań związanych z zasobami wodnymi, które dotyczą danego zakładu oraz możliwych obszarów współpracy zakładu z interesariuszami w tym zakresie.

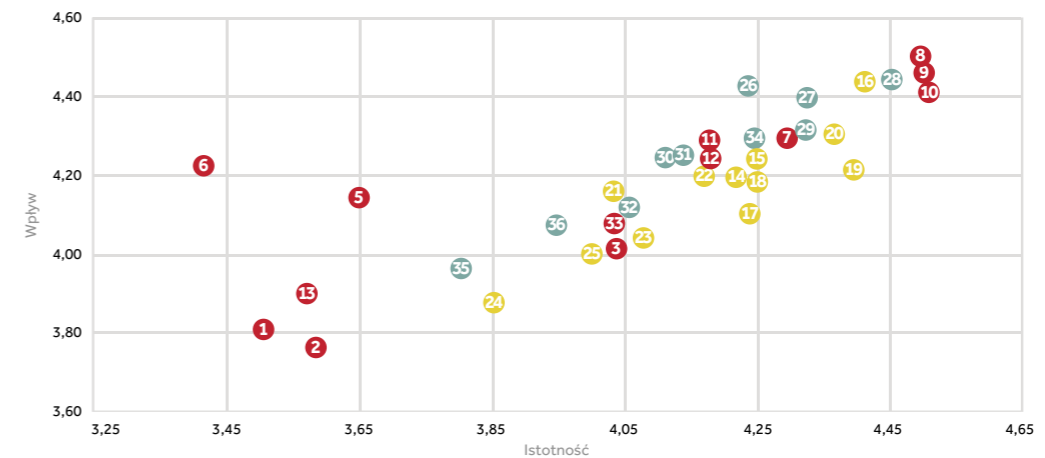
inicjatywy środowiskowe, społeczne i kulturalne. Poruszana była również kwestia opakowań i wyzwań dotyczących recyklingu oraz zamykania obiegu opakowań.

Wszystkie panele w naszych zakładach odbyły się on-line i były zgodne ze standardem AA1000SES.



- | | | |
|--|--|---------------------------------|
| 1. administracja publiczna, dostawcy opakowań | dostawcy surowców, zarządzanie odpadami, | 15. organizacje branżowe |
| 2. agencje badawcze | dostawcy usług komercyjnych, dostawcy surowców, zarządzanie odpadami | 16. producenci alkoholi |
| 3. agencje kreatywne | 9. dostawcy | 17. społeczność lokalna |
| 4. agencje marketingowe | 10. dostawcy usług logistycznych | 18. uczelnie i ośrodki badawcze |
| 5. doradcy, agencje PR | 11. instytucje publiczne | 19. usługi finansowe |
| 6. audytorzy | 12. lokalne instytucje podatkowe | 20. usługi prawne |
| 7. doradcy podatkowi | 13. media | 21. samorząd lokalny |
| 8. dostawcy odczynników chemicznych, dostawcy gazów technicznych, dostawcy opakowań, | 14. NGO | 22. wsparcie sprzedaży |

Przygotowując niniejszy raport dodatkowo opracowano również ankietę on-line, którą wypełniło łącznie 91 interesariuszy. W oparciu o wyniki stworzona została matryca istotności dla systemu Coca-Cola w Polsce pozwalająca na określenie optymalnej struktury raportu.



- | | | |
|---|--|---|
| 1. wkład w rozwój gospodarki | 13. transformacja cyfrowa | 25. zdrowie i zdrowy tryb życia |
| 2. wpływ na rynek pracy | 14. włączanie kwestii środowiskowych i społecznych w wymagania wobec dostawców | 26. wykorzystanie zasobów naturalnych - woda |
| 3. współpraca branżowa na rzecz zrównoważonego rozwoju | 15. edukacja i rozwój pracowników | 27. wykorzystanie surowców do produkcji opakowań |
| 4. pandemia COVID-19 | 16. zdrowie i bezpieczeństwo pracowników | 28. wykorzystanie tworzyw sztucznych |
| 5. rozwój biznesu | 17. dobrobyt pracowników (well-being) | 29. opakowania jako element gospodarki obiegu zamkniętego |
| 6. podatek cukrowy | 18. nowe formy pracy (praca zdalna itp.) | 30. zarządzanie opakowaniami zbiorczymi |
| 7. wpływ produktów na zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta | 19. różnorodność i równe traktowanie | 31. zużycie energii |
| 8. skład produktów | 20. przeciwdziałanie dyskryminacji | 32. emisje gazów cieplarnianych |
| 9. oznakowanie produktów | 21. prawa człowieka | 33. ślad węglowy |
| 10. odpowiedzialna komunikacja marketingowa | 22. prawa pracownika | 34. zarządzanie odpadami |
| 11. bezpieczeństwo danych konsumenta | 23. zaangażowanie społeczne/ relacje ze społecznościami lokalnymi | 35. wpływ na bioróżnorodność |
| 12. etyka i przeciwdziałanie korupcji | 24. inwestycje społeczne | 36. edukacja społeczeństwa w kwestiach środowiskowych |

[102-47]

Na podstawie przeprowadzonego procesu, a także będącej jego efektem matrycy istotności zostały zdefiniowane następujące kluczowe tematy, które mają odzwierciedlenie w treści raportu:

Temat	Rozdział w raporcie
Skład i oznakowanie produktów	The Coca-Cola Company/ odpowiedzialność za produkt
Odpowiedzialna komunikacja marketingowa	The Coca-Cola Company/ odpowiedzialność za produkt
Wykorzystanie tworzyw sztucznych	wpływ na środowisko/ opakowania i odpady
Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników	wpływ na społeczeństwo/ pracodawca
Różnorodność i równe traktowanie, przeciwdziałanie dyskryminacji	wpływ na społeczeństwo/ pracodawca
Wykorzystanie surowców do produkcji opakowań	wpływ na środowisko/ opakowania i odpady
Opakowania jako element gospodarki obiegu zamkniętego	wpływ na środowisko/ opakowania i odpady
Wykorzystanie zasobów naturalnych – woda	wpływ na środowisko/ zasoby i emisje

[102-10] [102-45] [102-54] [102-50] [102-51] [102-52]

Niniejszy raport zrównoważonego rozwoju został przygotowany zgodnie z GRI Standards na poziomie zgodności podstawowym („Core”). Obejmuje działalność Coca-Cola w Polsce w okresie od 1 stycznia 2020 r. do 31 grudnia 2020 r. i stanowi kontynuację poprzedniego raportu, opublikowanego w 2020 roku i zawierającego dane za rok 2019. Raport obejmuje działania spółki Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o. oraz zawiera wybrane dane i informacje o działaniach podejmowanych przez Coca-Cola Poland Services Sp. z o.o. W raportowanym okresie nie zaszły znaczące zmiany dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości. Jest to 15. raport zrównoważonego rozwoju wydany przez spółkę Coca-Cola HBC. Raport jest przygotowywany w cyklu rocznym.

[102-48]

W niniejszym raporcie zostały naniesione korekty informacji względem publikacji z roku 2019.

Korekty zostały dokonane we wskaźnikach:

- [102-17] – liczba zgłoszeń dotyczących kwestii etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji dokonanych przez SpeakUp Line za rok 2019 została skorygowana, ponieważ publikacja z 2019 roku zawierała błąd redakcyjny,
- [305-3] – wartość emisji pośrednich (Scope 3) za rok 2019 została skorygowana o wartość z raportu środowiskowego za rok 2019 CC HBC,
- [306-2] – wartość w tonach za rok 2019 została skorygowana o poprawne przeliczenie,
- [404-1] – dodano dane średniej liczby godzin szkoleniowych odbytych przez pracowników względem kategorii zatrudnienia za rok 2019.

[102-49]

Podobnie jak w poprzedniej publikacji, tak i w obecnej dla części wskaźników zastosowano miary w przeliczeniu na jednostkę produktu, bez prezentacji ich wartości bezwzględnych. Pozwala to położyć większy nacisk w prezentacji danych na efektywność (np. zużycie wody na litr napoju, emisja CO₂ na litr napoju itp.) i ułatwia porównanie poszczególnych okresów sprawozdawczych oraz zestawianie prezentowanych danych z wynikami innych producentów napojów. Taka konstrukcja pozwala zachować przejrzystość raportu, przy jednoczesnej ochronie informacji wrażliwych spółek.

[102-53]

Osoba kontaktowa

Wszelkie pytania, wątpliwości lub sugestie związane z raportem oraz informacje zwrotne dotyczące szeroko rozumianych kwestii społecznej odpowiedzialności prosimy kierować na adres:

Krzysztofa Belz

Community and Sustainability Partnerships
Manager, Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie
ul. Żwirki i Wigury 16, 02-092 Warszawa
email: krzysztofa.belz@cchellenic.com

Kontakt ten jest właściwy dla wszystkich kwestii społecznych i środowiskowych i zarządczych, o ile w konkretnych przypadkach nie wskazano inaczej.

[102-56]

Raport nie został poddany niezależnej weryfikacji zewnętrznej. Część z zaprezentowanych danych stanowi element regionalnego i globalnego systemu raportowania wyników społecznych i środowiskowych spółek systemu Coca-Cola, których rzetelność podlega kontroli. Zdecydowana większość zaprezentowanych w raporcie wyników podlega cyklicznym audytom zewnętrznym (np. zgodnie z normami: ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, AWS, FFSC 22000). Zasadnicze obszary działalności są objęte regularnymi audytami wewnętrznymi i zewnętrznymi.

Gabriela Bar

Poland Communications Manager
Coca-Cola Poland Services Sp. z o.o.
Al. Armii Ludowej 26
00-609 Warszawa
email: gbar@coca-cola.com

Kontakt ten jest właściwy dla wszystkich kwestii społecznych i środowiskowych i zarządczych, o ile w konkretnych przypadkach nie wskazano inaczej.

Indeks GRI

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Strona w raporcie
Profil organizacji		
102-1	Nazwa organizacji	5
102-2	Opis działalności organizacji, główne marki, produkty i/lub usługi	5
102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	5
102-4	Lokalizacja działalności operacyjnej	5
102-5	Forma własności i struktura prawna organizacji	5
102-6	Obsługiwane rynki	5
102-7	Skala działalności	5-6
102-8	Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji	44
102-9	Opis łańcucha dostaw	22
102-10	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości	69
102-11	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	17
102-12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	7, 29
102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach i organizacjach	7
Strategia		
102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	-
Etyka i uczciwość		
102-16	Wartości organizacji, kodeks etyki, zasady i normy zachowań	18
102-17	Mechanizmy umożliwiające uzyskanie porady dot. zachowań w kwestiach etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji	19
Ład korporacyjny		
102-18	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy	15

Zaangażowanie interesariuszy

102-40	Lista grup interesariuszy zaangażowanych przez organizację raportującą	21
102-41	Pracownicy objęci umowami zbiorowymi	W Coca-Cola HBC nie ma zbiorowego układu pracy
102-42	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy zaangażowanych przez organizację	20
102-43	Podejście do zaangażowania interesariuszy włączając częstotliwość zaangażowania według typu i grupy interesariuszy	20
102-44	Kluczowe tematy i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	66

Praktyka raportowania

102-45	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	69
102-46	Proces definiowania treści raportu	66
102-47	Zidentyfikowane istotne tematy	69
102-48	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu (np. fuzje, przejęcia, zmiana roku/okresu bazowego, charakteru działalności, metod pomiaru)	Wystąpiły korekty
102-49	Znaczące zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	70
102-50	Okres raportowania	69
102-51	Data publikacji ostatniego raportu	69
102-52	Cykl raportowania	69
102-53	Dane kontaktowe	70
102-54	Wskazanie czy raport sporządzono zgodnie ze Standardem GRI w opcji Core lub Comprehensive	69
102-55	Indeks GRI	71
102-56	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu	70

Obecność na rynku i pośredni wpływ ekonomiczny

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	24
-------	--	----

103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	24
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	24
202-1	Wysokość wynagrodzenia kobiet i mężczyzn w stosunku do płacy minimalnej	Wysokość wynagrodzenia minimalnego (na poziomie kraju) nie jest zależna od płci
202-2	Odsetek kadry najwyższego szczebla zatrudnionej spośród lokalnej społeczności	47
203-2	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny	24

Praktyki zakupowe, ocena środowiskowa i społeczna dostawców

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	22
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	22
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	22
204-1	Odsetek wydatków na zakupy u lokalnych dostawców	22
308-1	Nowi dostawcy, którzy zostali zweryfikowani przy wykorzystaniu kryteriów środowiskowych	22
414-1	Odsetek nowych dostawców, którzy zostali poddani ocenie wg kryteriów społecznych	22

Przeciwdziałanie korupcji i zachowania antykonkurencyjne

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	18
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	18
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	18
205-2	Szkolenia dla pracowników i kadry menedżerskiej poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym	19
205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie	18
206-1	Podjęte działania prawne w dotyczące zachowań antykonkurencyjnych oraz praktyk łamania regulacji antymonopolowych	18

Zasoby

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	38
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	38
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	38
301-1	Materiały według wagi i objętości	41
301-3	Odzyskane produkty oraz opakowania	41

Energia

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	33
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	33
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	33
302-1	Zużycie energii w organizacji	33

Woda i ścieki

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	30
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	30
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	30
303-3	Pobór wody	31
303-5	Zużycie wody	31

Emisje

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	35
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	35
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	35
305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)	35
305-2	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)	35
305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)	36
305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	36
305-5	Ograniczenia emisji gazów cieplarnianych	36

Ścieki i odpady

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	38
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	38
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	38
306-2	Odpady według typu i sposobu zagospodarowania	41

Bioróżnorodność i zgodność środowiskowa

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	29
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	29
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	29

304-1	Posiadane, wynajmowane, lub będące w zarządzaniu lokalizacje znajdujące się w sąsiedztwie obszarów chronionych lub obszarów o wysokiej wartości w zakresie bioróżnorodności, znajdujących się poza obszarami chronionymi	29
-------	--	----

307-1	Niezgodność z prawem i regulacjami w kwestiach środowiskowych	29
-------	---	----

Zatrudnienie

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	44
-------	--	----

103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	44
-------	--	----

103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	44
-------	------------------------------------	----

401-1	Łączna liczba i odsetek nowych pracowników zatrudnionych oraz łączna liczba odejść w okresie raportowania	45
-------	---	----

401-2	Świadczenia dodatkowe (benefity) zapewniane pracownikom pełnoetatowym	59
-------	---	----

Zdrowie i bezpieczeństwo

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	53
-------	--	----

103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	53
-------	--	----

103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	53
-------	------------------------------------	----

403-2	Procesy identyfikacji zagrożeń, ocena ryzyka oraz badania wypadków	54
-------	--	----

403-3	Jednostka odpowiedzialna za zarządzanie bezpieczeństwem pracy	54
-------	---	----

403-6	Promocja zdrowia wśród pracowników	53
-------	------------------------------------	----

403-7	Profilaktyka i ograniczanie zjawisk i zdarzeń zawodowych wpływających na zdrowie i bezpieczeństwo pracowników	55
-------	---	----

403-9	Wskaźnik urazów związanych z pracą	56
-------	------------------------------------	----

403-10	Wskaźnik chorób zawodowych	56
--------	----------------------------	----

Szkolenia i edukacja

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	48
-------	--	----

103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	48
-------	--	----

103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	48
-------	------------------------------------	----

404-1	Liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia	49
-------	---	----

404-2	Programy rozwoju kompetencji zawodowych	-
-------	---	---

404-3	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia	50
-------	--	----

Różnorodność, równe traktowanie i przeciwdziałanie dyskryminacji

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	47
-------	--	----

103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	47
-------	--	----

103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	47
-------	------------------------------------	----

405-1	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	47
-------	--	----

406-1	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji	47
-------	---	----

Produkt: zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta, Marketing i oznakowanie

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	11
-------	--	----

103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	12
-------	--	----

103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	12
-------	------------------------------------	----

416-1	Ocena wpływu poszczególnych kategorii produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta	12-13
-------	--	-------

416-2	Przypadki niezgodności z prawem i regulacjami w kwestiach wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	12
-------	--	----

Marketing i oznakowanie

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	13
-------	--	----

103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	13
-------	--	----

103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	13
-------	------------------------------------	----

417-1	Obowiązki dotyczące oznakowania produktów i usług	13
-------	---	----

417-2	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnym kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach	13
-------	---	----

417-3	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnym kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej	13
-------	---	----

A glowing red circular sign with the white cursive Coca-Cola logo is mounted on a building's exterior. The sign is the central focus, set against a dark blue twilight sky. The building's facade is partially visible, showing a brick wall and a window with a metal frame. In the background, a street is visible with blurred lights from buildings and cars, creating a bokeh effect. The overall atmosphere is warm and nostalgic, with the red of the sign contrasting sharply with the cool blue of the evening sky.

Coca-Cola[®]