Coca-Cola HBC Polska

Raport Zrównoważonego Rozwoju

2021

Spis treści

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

2.
4 **System firm Coca-Cola**

5 Coca-Cola na świecie
6 Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie
8 Odpowiedzialne zarządzanie
12 Łańcuch dostaw
13 Zarządzanie ryzykiem

3.
16 **Wpływ na gospodarkę**

17 Rynek
20 Produkt
22 Konsument

4.
23 **Wpływ na środowisko**

24 Wpływ na bioróżnorodność
25 Opakowania
29 Zużycie wody
31 Zrównoważone źródła energii
32 Ślad węglowy

5.
35 **Wpływ na społeczności**

36 Pracownicy
39 Równość i różnorodność
41 Szkolenia i rozwój
44 Zdrowie i bezpieczeństwo
48 Relacje z interesariuszami
52 Zaangażowanie społeczne

6.
55 **O raporcie**

List Dyrektorów Generalnych systemu Coca-Cola w Polsce

[102-14]

Szanowni Państwo,

rok 2021 upłynął pod znakiem trwającej pandemii COVID-19, jednak publikując raport „Zrównoważonego rozwoju systemu Coca-Cola za 2022 rok" możemy z dumą powiedzieć, że osiągnęliśmy bardzo dobre wyniki, będące wypadkową konsekwentnej koncentracji na kluczowych priorytetach w ostatnich latach i ogromnego zaangażowania naszych pracowników i partnerów oraz klientów, którzy na co dzień wybierają nasze produkty. Nasze uznanie i podziękowania kierujemy w Państwa kierunku.

Priorytetem naszej strategii biznesowej pozostaje zrównoważony rozwój, w ramach którego kontynuowaliśmy działania w ubiegłym roku. W perspektywie europejskiej pracowaliśmy przede wszystkim nad naszym zobowiązaniem Net Zero, które ogłosiliśmy w październiku ubiegłego roku. W jego ramach zadeklarowaliśmy osiągnięcie zerowej emisji netto w całym łańcuchu wartości do 2040 r. Jesteśmy też niezwykle dumni z uzyskania cenionego na całym świecie certyfikatu Alliance for Water Stewardship (AWS), który otrzymały wszystkie nasze polskie zakłady – w Radzyminie, Tyliczu i Staniątkach, a zakład w Tyliczu, jako jedyny w Polsce został wyróżniony najwyższym, platynowym certyfikatem. Do naszego portfolio wprowadziliśmy innowację w zakresie opakowań, która jest jednym z głównych filarów naszej ambicji „Świat Bez Odpadów". Papierowe opakowania oparte na technologii KeelClip to bardziej ekologiczna i łatwiejsza w recyklingu alternatywa dla folii termokurczliwej na wielopakach puszek.

W 2021 r. wiele działo się w otoczeniu regulacyjnym. Popieramy decyzję rządu o utworzeniu systemu kaucyjnego w Polsce. Jeśli system będzie prawidłowo skonstruowany, pozwoli nam zbierać do recyklingu 90 proc. i więcej opakowań po napojach wprowadzonych na rynek i ponownie wykorzystać surowiec w produkcji nowych opakowań. Obecnie czekamy na kolejne propozycje legislacyjne, które będą miały duży wpływ na realizację naszej strategii w zakresie zrównoważonego rozwoju, szczególnie w kwestii zarządzania odpadami opakowaniowymi. Największym wyzwaniem minionego roku, z biznesowego punktu widzenia, było zmierzenie się z nowym podatkiem napojowym(potocznie zwanym podatkiem cukrowym). Coca-Cola jest jedną z firm najbardziej obciążonych tym podatkiem a jego skutkiem był bezprecedensowy wzrost cen napojów gazowanych na początku 2021 r., który zaskoczył konsumentów. Dziś wiemy, że choć cała kategoria odnotowała spadek wielkości sprzedaży na poziomie 16 proc. w stosunku do 2020 r., odnotowaliśmy rekordowo wysoki udział w sprzedaży tej kategorii, co świadczy o tym, że dobrze przygotowaliśmy się biznesowo na tę trudną okoliczność.

Nasze wysiłki skierowaliśmy także na dalsze rozwijanie portfolio, zgodnie z przyjętą strategią 24/7, dzięki której możemy oferować konsumentom napoje na każdą okazję i porę dnia. W minionym roku wprowadziliśmy nową odsłonę Coca-Cola Zero i kontynuowaliśmy inwestycje w nowe kategorie, takie jak kawy COSTA COFFEE Home Edition, a w przypadku Coca-Cola HBC Polska, rozwinęliśmy także segment alkoholi premium i nabyliśmy biznes Costa Express, dostępny w kanałach HoReCa oraz w biurach.

Pozostajemy również niezłomni w zobowiązaniu do inwestowania w naszych ludzi, ich potencjał oraz wspieranie rozwoju osobistego i zawodowego poprzez różnorodne programy edukacyjne i rozwojowe.

Wiemy, że z takimi pracownikami, partnerami i klientami możemy śmiało patrzeć w przyszłość. Razem chcemy dalej pozytywnie wpływać na nasze otoczenie społeczno-ekonomiczne i kontynuować ograniczanie naszego wpływu na środowisko i klimat. To był rok pełen wyzwań, ale i sukcesów. Z dumą oddajemy w Państwa ręce raport zrównoważonego rozwoju za 2021 rok.

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

Natalia Stroe,
Dyrektor Generalna,
Coca-Cola Polska i Kraje Bałtyckie

System firm Coca-Cola

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 Poland Services jest spółką zależną The Coca-Cola Company, właściciela wiodących marek napojów bezalkoholowych.

Coca-Cola HBC Polska to oddział Coca-Cola Hellenic Bottling Company, będącej pod względem sprzedaży drugim na świecie rozlewcą napojów The Coca-Cola Company, docierającym do ponad 700 milionów konsumentów.

The Coca-Cola Company produkuje i sprzedaje koncentraty, bazy napojowe i syropy do rozlewni. Jest również właścicielem marek i odpowiada za inicjatywy marketingowe dotyczące marek konsumenckich.

Coca-Cola Hellenic Bottling Company jest z kolei jednym z największych pod względem sprzedaży rozlewców napojów The Coca-Cola Company. 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 2021 roku S&P Global „The Sustainability Yearbook 2021" oraz Dow Jones Sustainability Index (jedno z wiodących światowych zestawień firm zrównoważonego rozwoju) po raz kolejny **uznały Coca-Cola HBC za najbardziej zrównoważoną firmę produkującą napoje w Europie**. Spółka już po raz jedenasty z rzędu znalazła się też wśród trzech najlepszych producentów napojów na świecie.

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.

Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie

[102-1] [102-2] [102-3] [102-4] [102-5] [102-6]

Coca-Cola to jedna z najbardziej rozpoznawalnych, globalnych marek, obecna biznesowo w ponad 200 krajach na świecie. W każdej lokalizacji działa według takiego samego schematu – właściciela marek, czyli The Coca-Cola Company, oraz spółki-rozlewcy. Nasza jednostka biznesowa, Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie odpowiedzialna jest za produkcję, dystrybucję i sprzedaż napojów w 4 krajach: Estonii, Litwie, Łotwie i Polsce.

Jesteśmy strategicznym partnerem The Coca-Cola Company i obsługujemy ponad 30 milionów klientów. Oferujemy im napoje na każdą okazję i porę dnia. Produkujemy, 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 oraz napoje energetyzujące. W 2020 roku do naszego portfolio dołączyła również kawa Costa Coffee w wariancie do domu, a także alkohole wysokogatunkowe, takich marek jak: Brown Forman, Edrington czy Campari, które dystrybuujemy. Łączymy wiedzę, doświadczenie i rozpoznawalność marek The Coca-Cola Company z naszą przewagą na rynku, infrastrukturą i doświadczeniem w produkcji i sprzedaży, aby wspólnie tworzyć wartość dla naszych klientów i partnerów biznesowych.

Formalnie Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie należy do Grupy Coca-Cola HBC AG. Centrala firmy znajduje się w Warszawie, a pozostałe biura krajowe w Wilnie, Rydze i Tallinie. W czterech krajach zatrudniamy w sumie 1948 pracowników – najwięcej – ponad 1650 osób – pracuje w Polsce, a skala naszych inwestycji w Polsce od 2010 roku przekroczyła 1,3 mld złotych.

Zobacz nasze portfolio

[102-7]

Wyniki finansowe

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

Odpowiedzialne zarządzanie

W Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie staramy się odpowiadać na największe wyzwania współczesnego świata uruchamiając i angażując się w ważne inicjatywy środowiskowe i społeczne. Nasza strategia biznesowa i kultura organizacyjna są nierozerwalnie związane ze zrównoważonym podejściem do rozwoju spółki.

Zobowiązania Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie ujęliśmy w Misji Zrównoważonego Rozwoju 2025. Stworzyliśmy ją w oparciu o nasze strategiczne priorytety i wartości. Misja jest zgodna z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG) i bazuje na sześciu filarach.

Ponadto w 2021 roku Grupa Coca-Cola HBC ogłosiła strategię dojścia do neutralności klimatycznej do 2040 roku (więcej na ten temat piszemy w rozdziale środowiskowym niniejszego raportu).

FILARY MISJI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2025

1. Redukcja emisji
2. Mniejsze zużycie wody i odpowiedzialne zarządzanie jej zasobami
3. Świat Bez Odpadów
4. Zaopatrzenie
5. Odżywianie
6. Nasi ludzie i społeczności

Ład korporacyjny

[102-18]

Coca-Cola HBC jako szwajcarska korporacja notowana na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych oraz giełdzie w Atenach zapewnia zgodność systemów ładu korporacyjnego z najlepszymi międzynarodowymi praktykami. Standardy i procedury ładu korporacyjnego są stale weryfikowane i dostosowywane do zmian w przepisach obowiązujących w Wielkiej Brytanii, Szwajcarii, a także w UE.

Na czele Coca-Cola HBC stoi Rada Dyrektorów wybierana przez akcjonariuszy. W ramach Rady funkcjonują Komitety, w tym Komitet Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Pracami spółki kieruje dyrektor generalny 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.

Kluczowym dokumentem tworzącym ład korporacyjny Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie jest Kodeks Postępowania. Jego zapisy regulują kwestie zarówno etyczne, jak i związane z zachowaniem zgodności i ochroną zasobów organizacji.

Etyka i wartości

[102-16]

W Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie budujemy kulturę korporacyjną z jasno określonymi wartościami. Przekazujemy je pracownikom w trakcie szkoleń i dokładamy starań, aby stanowiły dla wszystkich osób zatrudnionych czytelny drogowskaz postępowania w codziennej pracy.

Regulacje Kodeksu Postępowania:

- 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.

Na straży stosowania zapisów Kodeksu w codziennym funkcjonowaniu organizacji stoi Komisja Etyki i Przestrzegania Zasad. W jej skład wchodzą przedstawiciele kierownictwa wyższego szczebla spółki. Nadzór nad Komisją pełnią dyrektor finansowy, radca prawny i Komisja ds. Audytu w Zarządzie.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku w skład Zespołu Zarządzającego Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie wchodziło 12 dyrektorów:

- **Jaak Mikkel**, dyrektor generalny i prezes zarządu;
- **Konstantinos Vairlis**, dyrektor finansowy;
- **Izabela Wanatowska**, dyrektor sprzedaży;
- **Michał Proszewski**, dyrektor ds. biznesu kawowego (Coffee Business Director);
- **Tomasz Prorok**, dyrektor ds. premium spirits;
- **Tomasz Krzyżewski**, dyrektor ds. prawnych;
- **Nataša Jošić**, dyrektor ds. marketingu;
- **Rafał Palczak**, dyrektor Działu Rozwoju Strategii Handlowych;
- **Ksenia Todic**, dyrektor ds. zarządzania łańcuchem dostaw (od 1 września);
- **Katarzyna Borucka**, dyrektor ds. public affairs i komunikacji;
- **Liza Shybanova**, dyrektor ds. HR;
- **Dimitris Zacharopoulos**, Digital & Technology Platform Director.

GROWTH STORY 2025

WIZJA THE LEADING 24/7 BEVERAGE PARTNER

CEL

Z zaangażowaniem wspieramy rozwój każdego klienta i sprawiamy radość każdemu konsumentowi 24/7

poprzez rozwijanie kompetentnych zespołów pełnych pasji

oraz troskę o społeczności, w których żyjemy i środowisko naturalne

NASZE FILARY WZROSTU

- Wygrywanie na rynku
- Pełne wykorzystanie naszego portfolio 24/7
- Szybszy wzrost dzięki konkurencyjności i inwestycjom
- Pielęgnowanie potencjału pracowników
- Potwierdzanie licencji na działanie

WARTOŚCI GROWTH MINDSET (Nastawienie na rozwój)	WYGRYWANIE Z KLIENTAMI	DBAŁOŚĆ O PRACOWNIKÓW	DOSKONAŁOŚĆ	UCZCIWOŚĆ	UCZENIE SIĘ	DZIAŁANIE JAKO ZESPÓŁ
	Jesteśmy firmą sprzedażową oferującą innowacyjne rozwiązania, które tworzą wspólną wartość	Wierzymy w naszych ludzi i z pasją dbamy o rozwój własny i pracowników	Dążymy do niedoścignionych wyników, zaskakując naszych klientów pasją i tempem działania	Zawsze robimy to, co jest właściwe, a nie to, co jest łatwe i bierzemy odpowiedzialność za wyniki	Słuchamy, mamy naturalną ciekawość i mamy prawo do podejmowania przemyślanego ryzyka	Współpracujemy sprawnie, aby uwolnić unikalny potencjał naszych zróżnicowanych zespołów

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

Działamy etycznie. Wszystkich w Coca-Cola HBC obowiązuje Kodeks Postępowania w Biznesie. Jego zapisy dotyczą m.in. jakości produktów, bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony informacji oraz potencjalnych konfliktów interesów. Kodeks zakazuje jakichkolwiek form korupcji i łapownictwa. Kwestię tę reguluje także oddzielna polityka antykorupcyjna Coca-Cola HBC Polska, która pomaga pracownikom unikać niepożądanych zachowań i sytuacji. Polityka antykorupcyjna i Kodeks Postępowania w Biznesie zapewniają naszym pracownikom niezbędną wiedzę i narzędzia do wykrywania i zapobiegania korupcji. W 2021 roku w Coca-Cola HBC w Polsce oraz Krajach Bałtyckich nie stwierdzono przypadku korupcji.

Polityka antykorupcyjna

i Kodeks Postępowania w Biznesie są dokumentami publicznymi i są dostępne na stronach korporacyjnych.

[205-2]

Z Polityką i procedurami antykorupcyjnymi Coca-Cola HBC zostali zapoznani wszyscy członkowie Rady Dyrektorów. Zostały one także zakomunikowane wszystkim pracownikom – co dwa lata każda zatrudniona osoba jest zobligowana odbyć antykorupcyjne szkolenie aktualizujące, które spełnia jednocześnie rolę prewencyjną w zapobieganiu jakimkolwiek praktykom korupcyjnym. Ponadto pracownicy, którzy mają kontakt z zewnętrznymi partnerami zobligowani są przejść takie szkolenie co roku. Zasady dotyczące przeciwdziałania korupcji są także przekazywane wszystkim nowym pracownikom w procesie onboardingu. W rezultacie 100% naszej załogi ma aktualną wiedzę antykorupcyjną.

[205-1]

W 2021 roku w Coca-Cola HBC Polska przeanalizowaliśmy pod kątem korupcji 63 operacje.

Działamy uczciwie i tego samego wymagamy od naszych partnerów biznesowych. Współpracujemy wyłącznie z firmami, które zobowiązują się do przestrzegania polityki antykorupcyjnej oraz naszego Kodeksu Postępowania w Biznesie. Stosowne zapisy w tym zakresie znajdują się w umowach zawieranych z partnerami i dostawcami firmy.

DOBRA PRAKTYKA
[102-17]

Oczekujemy od całej naszej organizacji ścisłego przestrzegania zasad etycznych. Umożliwiamy łatwe, szybkie i poufne zgłaszanie wszystkich podejrzeń lub wątpliwości dotyczących potencjalnych naruszeń naszych zasad etycznych. Zgłoszenia są przyjmowane przez specjalną linię Speak Up Line, online lub telefonicznie.

Zobowiązujemy się też do ochrony pracowników przed jakimikolwiek działaniami odwetowymi po przekazaniu informacji w dobrej wierze.

Od 2020 roku funkcjonują zasady upraszczające postepowanie 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).

Zgłoszenia dotyczące kwestii etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji dokonane przez Speak Up Line 2021 w Coca-Cola HBC PL

Liczba zgłoszeń

	2021	2020	2019
Całkowita liczba zgłoszeń	22	9	11
Zgłoszenia w podziale na kategorie			
Zwalczanie przekupstwa i korupcji	0	0	0
Dokumentacja biznesowa i finansowa	6	2	2
Konflikt interesów	1	0	2
Sprawiedliwe traktowanie pracowników	3	2	5
Inne	0	5	2
Bezpieczeństwo i Higiena Pracy	1	-	-
Ochrona aktywów firmy	1	-	-
Zapytania – prośby o poradę	10	10	12
Łączna liczba zapytań – prośby o poradę	10	10	12
Liczba wniosków dotyczących zgodności i etyki	0	68	241

Łańcuch dostaw

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Praktyki zakupowe, ocena środowiskowa i społeczna dostawców [102-9] [204-1]

Jesteśmy firmą produkcyjną, dlatego łańcuch dostaw pełni kluczową rolę w naszej zrównoważonej działalności.

Nasi dostawcy dostarczają do naszych fabryk i biur składniki, opakowania, sprzęt oraz usługi – we wszystkich lokalizacjach, w których działa Coca-Cola HBC Polska współpracujemy z około 1100 firmami. Są to zarówno małe lokalne firmy, jak i duże międzynarodowe korporacje. Większość naszych zakupów (ok. 90%) realizujemy w Polsce. Dotyczy to również kluczowych surowców i opakowań.

[308-1] [414-1]

Chcemy budować odpowiedzialny łańcuch dostaw, dlatego wszystkim dostawcom stawiamy wysokie wymagania. Oczekujemy od firm, które chcą współpracować z Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie uzyskania certyfikatu zgodności z następującymi normami:

- ISO 9001 (jakość),
- ISO 14001 (środowisko),
- OHSAS 18001 (zdrowie i bezpieczeństwo).

Przedsiębiorstwa, które dostarczają nam składniki i opakowania muszą również uzyskać certyfikat FSSC 22000 w zakresie bezpieczeństwa żywności oraz Global Food Safety Initiative (GFSI).

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.

Naszych dostawców weryfikujemy także pod kątem ich działalności środowiskowej i społecznej. Oczekujemy, że współpracując z Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie będą kierowali się tymi samymi wartościami. Zostały one podsumowane w Programie Głównych Zasad Dla Dostawców – w 2021 roku zaakceptowali je wszyscy kluczowi dostawcy, którzy odpowiadają za 90% zakupów spółki.

Przy zakupach strategicznych wszyscy dostawcy są oceniani dodatkowo pod kątem spełniania kryteriów ESG, tj. środowiskowych, praw człowieka, praw pracowniczych, BHP, warunków pracy, kwestii społecznych i środowiskowych. Korzystamy również z eksperckiej ewaluacji dostarczanej przez portal EcoVadis i zachęcamy naszych dostawców do oceny swoich firm pod kątem zrównoważonego rozwoju na tej platformie.

W 2021 roku 30% nowych dostawców zostało poddanych dodatkowej ocenie według kryteriów środowiskowych i społecznych.

W grudniu 2021 roku o najlepszych praktykach związanych ze zrównoważonym rozwojem – m.in. o zmniejszeniu emisji, polityce dotyczącej opakowań oraz odpowiedzialnym gospodarowaniu odpadami – dyskutowaliśmy podczas sesji dialogowej z naszymi dostawcami. Wspólnie analizowaliśmy m.in. sposoby, jakimi nasza organizacja może wspierać dostawców we wdrażaniu w swoich przedsiębiorstwach rozwiązań zgodnych z ESG.
W panelu wzięło udział 56 uczestników reprezentujących łącznie 27 dostawców Coca-Cola HBC.

Zarządzanie ryzykiem

[102-11]

W Coca-Cola HBC Polska stosujemy zasadę ostrożności (przezorności). Funkcjonujący w firmie system zarządzania ryzykiem korporacyjnym i sytuacjami kryzysowymi (Incident Management and Crisis Resolution, IMCR) pozwala odpowiednio wcześnie 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 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.

W Grupie Coca-Cola HBC ryzyko korporacyjne zarządzane jest poprzez program SmartRisk. Celem SmartRisk jest zachęcenie menedżerów do proaktywnego identyfikowania i rozumienia zagrożeń na możliwie wczesnym etapie oraz znajdowania sposobów na przekształcenie potencjalnych wyzwań w szansę lub – jeśli jest to niemożliwe – zmniejszenie negatywnego wpływu. Proces zarządzania ryzykami we wszystkich jednostkach biznesowych Coca-Cola HBC koordynuje Chief Risk Officer. Rejestry ryzyk są prezentowane Zespołowi ds. odporności biznesowej Coca-Cola HBC. Dwa razy w roku zespół ds. odporności biznesowej organizuje specjalne zebranie dotyczące odporności na ryzyka Grupy Coca-Cola HBC, podczas której właściciele ryzyk oraz koordynatorzy ds. ryzyka są informowani o kluczowych trendach i pojawiających się potencjalnych zagrożeniach w firmie.

Więcej o zarządzaniu ryzykiem korporacyjnym

w Coca-Cola HBC wraz ze szczegółową mapą ryzyk znaleźć można w Zintegrowanym Raporcie Rocznym na stronie:

[102-18]

Zarządzanie ryzykiem klimatycznym

Podejście do zarządzania ryzykiem w Coca-Cola HBC jest całościowe i zintegrowane - ryzyka i szanse związane z klimatem są oceniane w ramach programu zarządzania ryzykiem korporacyjnym. Wpływ zmian klimatycznych i emisji jest powiązany z programami w zakresie gospodarki wodnej, zrównoważonego pozyskiwania surowców i odpowiedzialną polityką dotyczącą odpadów opakowaniowych. Zarządzanie ryzykiem i szansami związanymi z klimatem objęte jest najwyższym poziomem nadzoru i leży w kompetencjach Komitetu ds. Odpowiedzialności Społecznej (SRC).

W Coca-Cola HBC ryzyka klimatyczne rozważane są w różnych ramach czasowych zintegrowanych z procesami planowania biznesowego. Ryzyka krótkoterminowe (1-2 lata) są powiązane z rocznymi cyklami planowania biznesowego; ryzyka średnioterminowe (3-5 lat) są powiązane z procesem planowania strategicznego; ryzyka długoterminowe (6-10 lat) są związane z procesem planowania długoterminowego.

W procesie zarządzania ryzykiem klimatycznym uwzględniane są specyfiki poszczególnych regionów, w których swoją działalność prowadzi Coca-Cola HBC. Analizowane są dane własne firmy oraz informacje dostarczane przez renomowane ośrodki zewnętrzne. Dane i wynikające z nich analizy są udostępniane do poszczególnych jednostek biznesowych wspierając budowę odporności na zmiany klimatu w całym łańcuchu operacji.

Informacje dotyczące

zarządzania ryzykiem związanym z klimatem

przygotowane zgodnie z Zalecenia TFCD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) opublikowane są w Zintegrowanym Raporcie Rocznym Coca-Cola HBC na stronie 67.

W Coca-Cola HBC identyfikujemy osiem głównych ryzyk klimatycznych:

- zakłócenie produkcji spowodowane ekstremalnymi warunkami pogodowymi;
- zakłócenie dystrybucji spowodowane ekstremalnymi warunkami pogodowymi;
- ograniczona zdolność do produkcji w rezultacie niedoboru wody;
- wpływ na koszt i dostępność składników;
- zwiększone koszty w całym naszym łańcuchu wartości wynikające z przepisów dotyczących GHG;
- zwiększony koszt opakowań;
- zwiększone koszty i zakłócenia działalności w związku z przepisami dotyczącymi wody;
- spadek reputacji branży napojów.

Szczegółowe wyjaśnienia dotyczące tych ryzyk są zawarte w Zintegrowanym Raporcie Rocznym spółki Coca-Cola HBC.

Przyczyna	Ryzyko	Rolnictwo i składniki	Opakowanie	Produkcja	Dystrybucja	Wyposażenie do zimnych napojów	Klienci i społeczność
Szacowany udział emisji dwutlenku węgla							
		25%	31%	11%	6%	27%	
Wpływ na biznes: fizyczne ryzyko zmian klimatycznych							
Zmiany w pogodzie i opadach atmosferycznych	Ograniczenie dostępności składników i surowców	✓	✓				
Ekstremanlne zjawiska pogodowe	Zakłócenia produkcji			✓			
	Zakłócenia/ograniczenia dystrybucji				✓		
Niedobór wody	Zakłócenia/ograniczenia dystrybucji			✓			
Skutki biznesowe: ryzyko przejścia na gospodarkę niskoemisyjną							
Regulacja GHG	Zwiększenie kosztów materiałów opakowaniowych		CO_2				
	Zwiększenie kosztów produkcji, dystrybucji i wyposażenia do zimnych napojów			CO_2	CO_2	CO_2	
Zmiany w postrzeganiu konsumentów	Ryzyko utraty dobrej reputacji						✓
Regulacja wody	Zakłócenia/ograniczenia dystrybucji			✓			

Wpływ na gospodarkę

Rynek

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

[203-2]

Jako system firm Coca-Cola w Polsce wywieramy znaczący wpływ na gospodarkę. Zatrudniamy 1770 pracowników, tworzymy wartość dodaną i odprowadzamy podatki oraz opłaty w Polsce, dzięki naszej działalności wspieramy rozwój infrastruktury i usług publicznych.

W ostatniej dekadzie nasze inwestycje w Polsce wyniosły ponad 1,3 mld zł. Nasza działalność ma także pozytywny wpływ pośredni – przyczyniamy się do rozwoju kooperujących z nami przedsiębiorstw oraz tworzymy w gospodarce miejsca pracy.

Na każde 1 miejsce pracy w Coca-Cola przypada kolejnych ponad 5 miejsc (5,15) stworzonych w gospodarce.

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

Działalności systemu Coca-Cola w Polsce towarzyszyło wygenerowanie w 2021 roku dochodów w wysokości blisko 159 mln zł. Nasza działalność wpłynęła także na wygenerowanie 609 mln dochodu w gospodarce.

Oznacza to, że

każde 1 zł dochodu wygenerowana przez nas, pomogła wytworzyć kolejne 3,83 zł dochodu w gospodarce.

Działalność systemu Coca-Cola w Polsce wygenerowała w 2021 roku ponad 3,63 mld zł wartości dodanej dla gospodarki, w tym 1,12 mld to wynik bezpośredniej działalności systemu Coca-Cola w Polsce, a 2,51 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)

1 złotówka

wartości dodanej wygenerowanej dzięki działalności bezpośredniej spółek systemu Coca-Cola w Polsce

to kolejne 2,25 zł wartości dodanej wygenerowane w gospodarce

Dochody wytworzone w gospodarce dzięki działalności systemu Coca-Cola w Polsce w 2021 roku (tys. PLN)

W 2021 roku zapłaciliśmy prawie

997 mln zł podatków.

Aż 96% z nich trafiło do budżetu centralnego, a 4% do budżetów jednostek samorządowych.

Z każdej 1 złotówki wydanej na napoje Coca-Cola w Polsce zostaje 77 groszy.

Wkład w gospodarkę w 2021 roku

Dotychczasowa wartość opłaconego w Polsce przez Coca-Cola podatku cukrowego wynosi prawie

563 mln zł

Do wyliczenia danych wpływu społeczno-ekonomicznego użyto modeli Leontifa oraz Gosha.

Nasz największy zakład produkcyjny znajduje się w **Radzyminie**. Pochodzące z niego produkty 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 FuzeTea.

Fabryka w **Staniątkach** została uruchomiona w czerwcu 1993 roku. Po modernizacji zajmuje ponad 180 tys. 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 **Tyliczu** powstał w 1992 roku i produkuje naturalną wodę mineralną Kropla Beskidu. Woda czerpana jest z kilku studni o głębokości 137 m, zlokalizowanych na obszarze około 35 km², w promieniu około 8 km 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, Wyszkowie, Ostrołęce, Gdańsku, Szczecinie, Koszalinie, Radomiu i Targowisku k. Krakowa.

Produkt

Nasze portfolio jest jednym z najmocniejszych, najszerszych i najbardziej elastycznych w branży napojów, oferując wiodące wśród konsumentów marki napojów gazowanych, soków, wód, napojów energetyzujących, gotowych do spożycia herbat, kaw, napojów gazowanych dla dorosłych oraz alkoholi wysokogatunkowych.

Nasze produkty odpowiadają rosnącej różnorodności gustów, oferując napoje na każdą porę dnia.

Zmieniliśmy skład wielu naszych napojów, dzięki czemu obniżona została ilość zawartego w nich cukru i kalorii. Aby dać konsumentom większy wybór, oferujemy jeszcze więcej napojów o obniżonej kaloryczności i wariantów zero.

Obserwujemy silny wzrost popularności naszych niskosłodzonych i bezcukrowych wariantów, zgodnie z naszą strategią zrównoważonego rozwoju obejmującą redukcję kalorii w naszych napojach gazowych o 25% w ciągu 10 lat do 2025 roku. Oprócz tego skupiliśmy się w większym stopniu na premiumizacji poprzez przyspieszenie wzrostu segmentu napojów gazowanych dla dorosłych, dodając do oferty wysokiej jakości wody i soki.

W 2021 roku poszerzyliśmy naszą ofertę alkoholi z segmentu premium. Do portfolio napojów, które dystrybuujemy dołączyły dwie marki – pochodzący z Irlandii kraftowy Glendalough oraz nowość na europejskim rynku whisky – kanadyjska Bearface, charakteryzująca się unikalnym sposobem produkcji. Glendalough to destylarnia, która została wyróżniona wieloma nagrodami za swoje podejście do produkcji whisky oraz ginu z dużym poszanowaniem natury. W ofercie Coca-Cola HBC Polska będą trzy warianty whisky: Double Barrel, Pot Still i Single Cask Burgundy. Niebawem zostaną wprowadzone również kolejne nowości: Single Cask Calvados, Single Cask Madeira oraz Mountain Strength Poitin.

Budujemy nasze portfolio zgodnie ze strategią 24/7, tak aby oferować napoje na każdą okazję i porę dnia. Produkujemy, sprzedajemy i dystrybuujemy napoje gazowane najbardziej znanych marek, takich jak Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Sprite i Fanta. Zdajemy sobie sprawę, że wraz ze zmianą stylu życia i nawyków konsumenckich zmieniają się również motywacje i wydarzenia związane z konsumpcją napojów. Odkrywamy potencjał w segmentach wykraczających poza nasze podstawowe portfolio napojów gazowanych, oferując szerszy wybór napojów odpowiadających na potrzeby konsumentów o każdej porze dnia.

Dzięki współpracy z Coca-Cola Company oraz stale rozszerzającemu się portfolio 24/7, jesteśmy gotowi na zmieniające się trendy rynkowe. Dzięki odpowiednim markom, opakowaniom i kategoriom jesteśmy przygotowani, aby sprostać zmieniającym się potrzebom naszej bazy konsumentów.

Nasze pełne portfolio produktów

dostępne jest na stronie

Wszystkie nasze produkty spełniają wysokie standardy jakości i bezpieczeństwa żywności. Nasze zakłady opuszczają jedynie produkty nie tylko spełniające wszystkie wymogi prawa, ale także w wielu obszarach je przewyższające. Stosujemy certyfikacje zewnętrzne oraz nasze wewnętrzne polityki. **Polityka w zakresie jakości i bezpieczeństwa żywności** zapewnia dostarczanie produktów, opakowań i usług wysokiej jakości, które odpowiadają na oczekiwania klientów i konsumentów związanych z produktami marek wysokiej klasy. Zgodnie z naszym **stanowiskiem w kwestii organizmów modyfikowanych genetycznie** nie wykorzystujemy surowców modyfikowanych genetycznie ani pochodzących z organizmów modyfikowanych genetycznie.

[416-2]
W 2021 roku w Coca-Cola HBC Polska nie odnotowano żadnych przypadków niezgodności z prawem i regulacjami w kwestiach wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo.

Wszystkie nasze firmowe polityki
dostępne są pod adresem:

Nasze produkty i zakłady spełniają normy:

- **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 trzy 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**
  W 2021 zakłady produkcyjne Coca-Cola HBC Polska w Radzyminie oraz Krakowie otrzymały złoty certyfikat zarządzania zasobami wodnymi wydany przez Alliance for Water Stewardship, natomiast zakład produkcyjny w Tyliczu najwyższy, platynowy certyfikat. 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 potwierdzający spełnianie najwyższych standardów bezpieczeństwa pracy w zakładach.

Konsument

[103-1] [103-2] [103-3] aspekt: Marketing i oznakowanie
[103-1] [103-2] [103-3] aspekt: Produkt: zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta
[416-1] [417-1] [417-2] [417-3]

Docieramy do konsumentów z informacjami o naszych produktach, nowościach i kampaniach dzięki działaniom marketingowym. Prowadzimy je odpowiedzialnie i zgodnie z Polityką Odpowiedzialnego Marketingu oraz Kodeksem Etyki Reklamy, którego jesteśmy sygnatariuszem.

W 2021 roku nie reklamowaliśmy naszych produktów do dzieci poniżej 12 roku życia, a od 1 stycznia 2022 roku granica ta została podniesiona do 13 lat. W szkołach i przedszkolach nie prowadzimy sprzedaży ani promocji naszych marek lub produktów, za wyjątkiem wody i soków 100%.

W 2021 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 znajdą informacje o składzie, a także o wartościach odżywczych. Jednocześnie 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.

W 2021 roku napoje o obniżonej lub zerowej zawartości cukru stanowiły ponad

37%

naszego portfolio – o ponad 12 punktów procentowych więcej niż w roku 2020.

DOBRA PRAKTYKA

Od 2019 roku w sklepach w kilkudziesięciu polskich miastach znajduje się 160 naszych lodówek dedykowanych wyłącznie wariantom napojów bez cukru. Ich wprowadzenie to odpowiedź na potrzeby konsumentów, którzy podczas swoich wyborów w pierwszej kolejności kierują się kalorycznością napoju.

Wpływ na środowisko

Wpływ na bioróżnorodność

[103-1] [103-2] [103-3] aspekt: Bioróżnorodność i zgodność środowiskowa

Chcemy minimalizować nasz wpływ na klimat i środowisko. W Coca-Cola HBC Polska jesteśmy głęboko przekonani, że ochrona środowiska naturalnego jest kluczowym filarem naszego długoterminowego wzrostu. i jest zakorzeniona w naszej strategii i polityce korporacyjnej. Dążymy do ciągłego doskonalenia naszych działań w zakresie ochrony środowiska, aby minimalizować nasze oddziaływanie na Środowisko i klimat.

Kwestie środowiskowe w naszej organizacji regulowane są przez:

- **Politykę zrównoważonego rozwoju operacyjnego**
  Nasza polityka, zbudowana na trzech filarach, określa zasady działania dotyczące środowiska, jakości oraz BHP.
- **Politykę środowiskową**
  Prowadzimy działania w sposób odpowiedzialny, z należytą troską, w szczególności w obszarach wpływu na środowisko naturalne oraz zrównoważonego rozwoju.
- **Politykę 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.

[304-1] [307-1]

Zakład w małopolskim Tyliczu (o powierzchni 54 561 m^2) 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. To cenne przyrodniczo tereny, z których korzystamy odpowiedzialnie – w 2021 roku nie zostały na nas na nałożone żadne sankcje ani kary finansowe związane z nienależytym z nich korzystaniem oraz niezgodnością z prawem i regulacjami w kwestiach środowiskowych.

Wszystkie nasze firmowe polityki
dostępne są pod adresem:

Opakowania

Nasza strategia opakowaniowa Zgodnie z Misją Zrównoważonego Rozwoju 2025 w Coca-Cola HBC dążymy do tego, aby:

100%
naszych opakowań konsumenckich nadawało się do recyklingu,

35%
wszystkich butelek PET pochodziło z materiałów PET z recyklingu lub z materiałów odnawialnych,

pomóc w zbiórce ekwiwalentu
75%
naszych opakowań, które trafiają do konsumentów.

To nasza odpowiedź na Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Ścieki i odpady, 103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Zasoby

Naszą największą ambicją jest **„Świat bez odpadów"** (World Without Waste), zgodnie z którą chcemy zebrać i poddać recyklingowi ekwiwalent 100% opakowań, które trafią bezpośrednio do konsumentów. Dążymy również do tego, aby 50% naszych opakowań pochodziło z surowców z recyklingu lub materiałów odnawialnych.

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.

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

Ambicja zakłada też, że do 2025 roku wszystkie nasze opakowania w
100%
będą zdatne do recyklingu.

To nasza odpowiedź na Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:

Chcemy, aby świat bez odpadów stał się rzeczywistością. Wiemy, że jest to ogromne wyzwanie, dlatego od kilku lat, wspólnie z interesariuszami, podejmujemy liczne inicjatywy i inwestycje w trzech kluczowych obszarach: Projektowanie, Zbiórka i Partnerstwa.

DOBRA PRAKTYKA

Od 2019 roku działa stworzona przez Coca-Cola HBC Polska platforma edukacyjna. 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.

100%

naszych opakowań nadaje się do recyklingu.

Projektowanie

Minimalizujemy wpływ naszych opakowań na środowisko, kierując się zasadą „ogranicz, odzyskaj i wykorzystaj ponownie". Od lat stosujemy butelki o mniejszej wadze i krótszych szyjkach, a także nową nakrętkę. Ta innowacja pomogła nam osiągnąć średnią redukcję wagi o około 10%.

Przykłady działań redukujących ilość plastiku:

o blisko

40%

zmniejszyliśmy ilość folii używanej dookoła palety w ramach pilotażu przeprowadzonego w Tyliczu;

do produkcji nowych butelek wody Kropla Beskidu zużywamy

16%

plastiku mniej. Butelki – co ważne – są też teraz łatwiejsze do zgniatania;

o ponad

20 ton

zredukowaliśmy użycie folii zastępując folię termokurczliwą opakowaniem KeelClip™.

Dzięki „odchudzeniu" etykiet zredukowaliśmy w 2021 roku zużycie w nich folii o

17%.

Od 2001 roku obniżyliśmy wagę swoich plastikowych opakowań

o ponad 45%.

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

Dzisiaj w Polsce używamy średnio takiego materiału

56-60%

w opakowaniach szklanych

i **50-56%**

w opakowaniach aluminiowych.

Więcej w tabeli 301-2

Zbiórka
W 2021 r. w Polsce udało nam się zebrać i poddać recyklingowi co drugą butelkę plastikową, która trafiła na rynek.

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 utworzenia 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.

Partnerstwa
Czujemy się odpowiedzialni za wyzwania związane z odpadami opakowaniowymi, dlatego wspieramy ogólnopolskie przedsięwzięcia, które pomagają w ich rozwiązaniu. Jesteśmy silnie zaangażowani w dialog na rzecz opracowania przyjaznego konsumentom i efektywnego systemu depozytowego w Polsce – dzięki takim rozwiązaniom możemy odzyskiwać ponad 90% opakowań.

Recyklomaty
Dzięki Coca Cola w całej Polsce działa już 18 recyklomatów - 10 automatów do recyklingu znajduje się na terenie Warszawy, a 8 kolejnych trafiło do gmin do 50 tys. mieszkańców.

Mieszkańcy za oddawanie butelek do recyklomatów otrzymują ECO-punkty wymienne na benefity u partnerów akcji. ECO-punkty zbierane są przez użytkowników za pośrednictwem aplikacji mobilnej ECO-Portfel. W zamian otrzymują atrakcyjne nagrody oraz zniżki u Partnerów akcji.

[301-1]

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

materiały nieodnawialne, w tym (w kg):	2021	2020	2019
Surowce (koncentraty i ekstrakty)	9 821 237	9 493 814	16 049 082
materiały wykorzystywane w procesie produkcyjnym do utrzymania sprzętu tj. mycia, dezynfekcji, smarowania, które nie mają kontaktu z finalnym produktem	1 156 864	1 053 345,63	1 124 342
materiały opakowaniowe (butelki PET, butelki szklane, nakrętki plastikowe, stal, aluminium, etykiety plastikowe, folia stretch i shrink)	44 160 395	51 575 209,96	41 447 878

materiały odnawialne, w tym (w kg):	2021	2020	2019
surowce	80 406 691	90 138 821	87 786 445
materiały opakowaniowe (etykiety papierowe, karton, drewniane palety)	5 944 120	3 857 690	4 401 277

[301-2]

Procent materiałów z recyclingu wykorzystanych do wytworzenia podstawowych produktów i usług organizacji

Procent materiałów z recyklingu wykorzystanych do wytworzenia podstawowych produktów i usług organizacji	Opakowania Aluminiowe	Butelki szklane	Butelki rPET	Stal
Radzymin	50%	N/A	0%	N/A
Staniątki	56%	56%	0%	34%
Tylicz	N/A	60%	0%	N/A

[301-3]

Procent odzyskanych produktów dla danej kategorii produktowej

Procent odzyskanych opakowań	2021	2020	2019
PET	52,54	50,31	30,70
Opakowania z tworzyw sztucznych ogółem	33,77	30,62	32,40
Opakowania z aluminium	51,83	54,50	51,10
Opakowania szklane	89,33	77,50	75,90

[306-3]

Całkowita waga odpadów niebezpiecznych oraz odpadów nie uznawanych za niebezpieczne w podziale na poniższe metody postępowania z odpadami (w tonach metrycznych).

	2021	2020	2019
Odpady wytworzone w zakładach w tonach	8150,53	6513,98	6358,14
Odpady inne niż niebezpieczne poddane recyklingowi	8132,3	6483,23	6 324,86
Odpady niebezpieczne poddane recyklingowi	14,11	22,14	19,84
Odpady przekazane na składowisko w tonach	4,11	8,62	13,44

	2021	2020	2019
Recykling odpadów	**99,95%**	**99,87%**	**99,79%**

Zużycie wody

103-1, 103-2, 103-3 aspekt: Woda i ścieki

Zgodnie z Misją Zrównoważonego Rozwoju 2025 w Coca-Cola HBC dążymy do tego, aby:

Zmniejszyć zużycie wody w fabrykach znajdujących się na terenach zagrożonych deficytem wody o

20%.

Pomóc zagwarantować dostępność wody dla wszystkich lokalnych społeczności na obszarach zagrożonych deficytem wody.

To nasza odpowiedź na Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:

[303-2]

Nasze zakłady nie znajdują się na terenach zagrożonych niedoborami wody, ale zawsze w Coca-Cola HBC Polska korzystamy z zasobów wodnych w sposób odpowiedzialny i jak najbardziej efektywny. Wdrażamy innowacje i poszukujemy najbardziej efektywnych sposobów na zmniejszenie zużycia wody w naszych zakładach. Ulepszamy również metody zamykania obiegu wody – oczyszczamy ścieki wodne i tam gdzie to możliwe ponownie wykorzystujemy odzyskaną wodę lub odprowadzamy oczyszczoną wodę z powrotem do środowiska naturalnego. W naszych procesach produkcyjnych ograniczamy zużycie wody i przestrzegamy międzynarodowych standardów. Nasze działania poddajemy regularnym zewnętrznym audytom.

NAGRODA

W 2021 roku otrzymaliśmy tytuł „Ekoinwestor 2021 w przemyśle spożywczym" za projekt „Odzysk chłodu z wody wstępnie uzdatnionej w Radzyminie".

Projekt odzysku chłodu z wody wstępnie uzdatnionej jest projektem zrealizowanym w zakładzie produkcyjnym w Radzyminie, który pozwala na uzyskanie oszczędności energii. Podczas wydmuchu butelek PET generowane jest ciepło, które musi zostać odebrane w celu utrzymania prawidłowości procesu i zachowania odpowiedniej jakości opakowania. Czynnikiem chłodzącym jest woda „lodowa" o temperaturze ok. 12°C krążąca w układzie pośrednim.

Do utrzymywania odpowiedniej temperatury wody „lodowej" poprzednio wykorzystywaliśmy agregaty chłodnicze. Obecnie, dzięki rozbudowie instalacji chłodniczej oraz zastosowaniu dwupłytowego wymiennika ciepła wykorzystujemy wodę wstępnie uzdatnioną, pozyskaną ze studni wodnych. W ten sposób wykorzystujemy energię chłodu wody surowej o temperaturze ok. 11°C, co przynosi wymierne oszczędności energetyczne. Ponadto odseparowaliśmy układ wody „lodowej" dla maszyn wydmuchowych od innych procesów chłodzenia, dzięki czemu mamy większą kontrolę nad pracą układu oraz jakością wody chłodzącej.

W 2020 roku nasze zakłady wdrożyły 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.

Zakłady w Radzyminie i Krakowie uzyskały **złoty poziom certyfikacji**, a zakład w Tyliczu – od 2021 roku – posiada poziom **platynowy** jako jedyny taki zakład w Polsce.

Sięgamy po najlepsze technologie pozwalające oszczędzać zużycie wody. Przykładami mogą być działania wdrożone w zakładach w Krakowie i Radzyminie. W Krakowie wykorzystujemy innowacyjny system płukania butelek PET, który pozwala nam **ograniczyć zużycie wody o 25 000 m³ rocznie**. W Radzyminie dzięki zaawansowanym systemom klarowania filtrów, filtracji membranowej i kocowego uzdatniania odzyskujemy rocznie ponad **87 000 m³** wody rocznie. W zakładzie w Tyliczu dzięki modernizacji stacji przygotowania wody, zredukowane zostało zużycie wody o **14 000 m³** i energii na stacji o około 50%.

[303-3]

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

	2021	2020	2019
Wody powierzchniowe	0	0	0
Wody gruntowe	1 879,95	1 878,1	1 963 969
Wody morskie	0	0	0
Woda produkcyjna (pozyskana w efekcie wydobycia, przetwarzania lub wykorzystania jakiegokolwiek innego surowca)	0	0	0
Woda pozyskana z pośredniego źródła (np. lokalna sieć wodociągowa)	81,50847	70, 661	82 709

[303-5]

Całkowite zużycie wody (w ML)

	2021	2020	2019
Całkowite zużycie wody ze wszystkich obszarów	1 961,45	1 948,76	2 046,68
Całkowite zużycie wody z obszarów o niedoborach wody	0	0	0

	2021	2020	2019
Zużycie wody na 1 L wyprodukowanego napoju (w L):	1,77	1 ,73	1,78

Łącznie w trzech zakładach ograniczyliśmy zużycie wody o

126 000 m³

wody rocznie – jest to równowartość wypełnienia

49 basenów olimpijskich.

Zrównoważone źródła energii

[103-1] [103-2] [103-3] aspekt: Energia

Zgodnie z Misją Zrównoważonego Rozwoju 2025 w Coca-Cola HBC dążymy do tego, aby:

50%

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

100%

całkowitej, zakupionej energii elektrycznej w zakładach w UE pochodziło ze źródeł odnawialnych i czystych.

To nasza odpowiedź na Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:

[302-1]

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

	2021	2020	2019
Energia elektryczna	67 236 567	82 386 347	138 713 523
LPG	6 590 150	5 109 530	7 425 950
Gaz naturalny	100 449 086	94 124 408	108 524 611
LFO (Light Fuel Oil)	0	681 876	354 510

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

	2021	2020	2019
Energia elektryczna	173 949 685	157 692 780	108 434 989
Para (CHP)	21 255 840	29 469 240	20 943 360
Woda gorąca (CHP)	4 241 520	5 900 760	4 856 040

Całkowite zużycie w dżulach lub kWh

Energii elektrycznej	241 186,25	GJ
Energii cieplnej	1 178 200	kWh
Chłodu	1 670 514	kWh
Pary	5 904 400	kWh

Całkowite zużycie energii w organizacji w dżulach lub wielokrotności	373 722 847

Ślad węglowy

[103-1] [103-2] [103-3] aspekt: Emisje

Zgodnie z Misją Zrównoważonego Rozwoju 2025 w Coca-Cola HBC dążymy do tego, aby:

Obniżenia bezpośredniej emisji dwutlenku węgla o **30%** vs. 2017.

Obniżenia emisji w sklepach naszych klientów – **50%** naszych lodówek w punktach sprzedaży będzie energooszczędnych.

To nasza odpowiedź na Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:

W październiku 2021 roku Coca-Cola HBC ogłosiła zobowiązanie Net Zero Pledge, w ramach którego ma osiągnąć zerową emisję netto w całym łańcuchu wartości do 2040 roku. Obowiązujący cel działań oznaczać będzie redukcję emisji w całym łańcuchu wartości.

Zatwierdzony naukowo cel zakłada, że do 2030 roku Coca-Cola HBC zredukuje emisję w łańcuchu wartości (podzielonym na zakresy 1, 2 i 3) o 25%, jak również podkreśla dalszą 50-procentową redukcję w kolejnej dekadzie. Zmniejszenie 90% emisji w trzecim zakresie łańcucha wartości wiązać się będzie ze ścisłym współdziałaniem z podmiotami zewnętrznymi, dlatego też CCH skupi się na relacjach partnerskich ze swoimi dostawcami. W tych przypadkach, gdzie całkowita eliminacja emisji okaże się niemożliwa, Coca-Cola HBC złagodzi negatywne skutki dla klimatu poprzez inwestycje w inne działania na rzecz ochrony środowiska.

DOBRA PRAKTYKA

Od wielu lat wymieniamy u naszych klientów te lodówki, których cykl życia dobiega końca, na modele niskoemisyjne.

Coca-Cola HBC zobowiązuje się do osiągnięcia neutralności emisyjnej w całym łańcuchu wartości do 2040 roku.

W ostatniej dekadzie Coca Cola HBC Polska zredukowała emisje CO_2 o

44%

Kluczowe obszary redukcji:

1. Ujęcie celu redukcji CO_2 w naszych celach
2. Zwiększona efektywność energetyczna, przejście na 100% odnawialną energię elektryczną
3. Zwiększenie udziału opakowań o mniejszej emisji CO_2

   Projekty zmniejszające wagę opakowań, ograniczanie plastiku z opakowań wtórnych (np. KeelClip)
4. Dostarczenie energooszczędnych i ekologicznych lodówek klientom
5. Przejście na niskoemisyjną flotę

Niskoemisyjne lodówki	2021	2020	2019
Łączna liczba wymienionych lodówek	5996	5593	6587
Redukcja emisji w łańcuchu wartości	11,67 tCO_2	20,00 tCO_2	9,92 tCO_2

DOBRA PRAKTYKA

W Coca-Cola HBC Polska nie kupujemy już samochodów z silnikami benzynowymi lub diesla, a do 2025 roku chcemy wymienić wszystkie nasze samochody służbowe na ekologiczne auta elektryczne lub hybrydowe.

DOBRA PRAKTYKA

100% zakupionej energii elektrycznej wykorzystywanej w naszych zakładach produkcyjnych pochodzi z odnawialnych źródeł energii.

[305-1]

Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)*

	2021	2020	2019
Emisje gazów cieplarnianych brutto w tCO_2	22 096	22 497	17 819
Rok bazowy: 2017			
Poziom emisji w roku bazowym Scope 1 (w tCO_2)			15 510

Przyczyną wzrostu raportowanych emisji w zakresie 1 względem roku bazowego jest przeniesienie w 2020 roku do tego zakresu emisji z paliw używanych do kogeneracji (jednoczesnego wytwarzania energii elektrycznej i użytkowego ciepła). Wcześniej emisje z tego obszaru raportowane były w zakresie 2.

[305-2]

Emisje pośrednie (zakres 2)*

	2021	2020	2019
Emisje pośrednie (Scope 2) brutto w podziale na lokalizacje w tCO_2	49	26	25 265
Kraje			
Polska (w tCO_2)			49
Rok bazowy: 2017			
Poziom emisji w roku bazowym Scope 2 (w tCO_2)			29 858

[305-3]

Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)*

	2021	2020	2019
Inne emisje pośrednie (Scope 3) brutto w podziale na lokalizacje w tCO_2	307 874	336 634	371 940
Rok bazowy: 2017			
Poziom emisji w roku bazowym Scope 3 (w tCO_2)			444 583

* Współczynniki emisji, których używamy do naszych obliczeń emisji, są rewidowane co roku. Źródłami tych wskaźników są: Instytut ds. Badań and Energią I Środowiskiem (ang. IFEU – Institute for Energy and Environmental Research) Wytyczne dot. krajowych inwentaryzacji gazów cieplarnianych Międzynarodowego Zespołu ds. Zmian Klimatu (ang. IPCC - Intergovernmental Panel on Climate Change)

[305-4]

Intensywność emisji gazów cieplarnianych

Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych dla organizacji	
Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych g CO_2/l (litr wyprodukowanego napoju) dla Scope 1&2	20,00

Wskaźnik intensywności emisji gazów cieplarnianych g CO_2/l (litr wyprodukowanego napoju)	2021	2020	2019
Scope 1	19,96	19,99	15,49
Scope 2	0,04	0,01	21,96
Scope 3	278,09	299,14	322,31
Scope 1+2+3	298,09	319,14	359,76

[305-5]

Ograniczenia emisji gazów cieplarnianych

Osiągnięta redukcja emisji gazów cieplarnianych będąca wynikiem podjętych działań (w tCO_2)	2021	Rok bazowy 2017	Zmiana w t	Zmiana w %
Scope 1	22 096	15 510	6 586	42,46%
Scope 2	49	29 858	-29 809	-99,84%
Scope 3	307 874	444 583	-159 932	-30,75%

Przyczyną wzrostu raportowanych emisji w zakresie 1 względem roku bazowego jest przeniesienie w 2020 roku do tego zakresu emisji z paliw używanych do kogeneracji (jednoczesnego wytwarzania energii elektrycznej i użytkowego ciepła). Wcześniej emisje z tego obszaru raportowane były w zakresie 2.

Rok bazowy: 2017	
Poziom emisji w roku bazowym 1+2 Scope (w tCO_2)	45 368
Scope 1	15 510
Scope 2	29 858
Scope 3	444 583

Zakresy, w ramach których zostały osiągnięte redukcje emisji	2021
Zakres 1 (Scope 1) – poziom redukcji vs. 2017	6 586
Zakres 2 (Scope 2) – poziom redukcji vs. 2017	-29 809
Zakres 3 (Scope 3) – poziom redukcji vs. 2017	-159 932

Wpływ na społeczności

Pracownicy

Zgodnie z Misją Zrównoważonego Rozwoju 2025 w Coca-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 o

50% oraz zredukowania do zera ofiar śmiertelnych w wypadkach przy pracy.

To nasza odpowiedź na Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ:

[103-1] [103-2] [103-3] aspekt: Zatrudnienie

W Coca-Cola HBC Polska tworzymy atrakcyjne, nowoczesne i komfortowe miejsca pracy. Każdy nasz pracownik może liczyć na angażujące zadania, bezpieczne środowisko pracy oraz benefity i zawsze terminowo wypłacane wynagrodzenia. Jesteśmy dużą firmą – zatrudniamy blisko 1700 osób, w ogromnej większości w wymiarze pełnego etatu i na czas nieokreślony.

DOBRA PRAKTYKA

Aby jak najbardziej ułatwić pracownikom godzenie różnych życiowych ról, umożliwiamy bardziej elastyczne formy pracy, min. możliwość pracy z domu w wymiarze do 10 dni w miesiącu, pracy z różnych lokalizacji, pracy hybrydowej – część dnia z domu, część z biura oraz możliwość skrócenia czasu pracy w piątki. Na czas stanu epidemii wprowadziliśmy również możliwość pracy z zagranicy w wymiarze max. do 92 dni w roku kalendarzowym.

[404-3]

Wszyscy nasi pracownicy podlegają regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej.

[401-2]

Oprócz atrakcyjnego wynagrodzenia, pracownicy Coca-Cola HBC PL, osoby zatrudnione na etacie w naszej organizacji mogą na liczne benefity, m.in.:

- ubezpieczenie na życie i zdrowie;
- dostęp do prywatnej opieki zdrowotnej;
- liczne inicjatywy na rzecz poprawy samopoczucia i zaangażowania pracowników (m.in. paczki witaminowe dla pracowników objętych kwarantanną/izolacją, paczki świąteczne, upominki urodzinowe, owoce w biurze);
- kartę sportową lub program kafeteryjny;
- dodatkowy dzień wolny do wykorzystania na działania wolontariackie w ramach wolontariatu pracowniczego w godzinach pracy;
- 1 dzień wolny w ramach uczestniczenia w akcji honorowego krwiodawsta
- dodatkowe trzy dni wolne za wykorzystanie urlopu wypoczynkowego w danym roku;
- możliwość skorzystania z urlopu rodzicielskiego
- dodatkowy urlop wypoczynkowy dla osób z orzeczoną niepełnosprawnością;
- dofinansowanie nauki;
- dofinansowanie zakupu okularów;
- kwartalne świadczenie w postaci produktów firmy (deputat).
- samochód służbowy do celów prywatnych (zgodnie z wewnętrzną polityką firmy);

- telefon komórkowy (zgodnie z wewnętrzną polityką firmy).

Nie prowadzimy specjalnych programów emerytalnych.

DOBRA PRAKTYKA

By podziękować pracownikom za lojalność okazaną firmie i marce Coca-Cola co pięć lat świętujemy razem jubileusze pracy i przyznajemy pracownikom upominki oraz dodatkowe dni urlopu. Liczba dodatkowych wolnych dni zwiększa się o jeden wraz z każdym pięcioletnim okresem przepracowanym w naszej firmie.

[102-8]

Liczba pracowników ze względu na rodzaj zatrudnienia

Umowa na cały etat	2021	2020	2019
Kobiety	503	505	540
Mężczyźni	1153	1253	1284
Suma	**1656**	**1758**	**1824**
umowa na 1/2 etatu			
Kobiety	4	4	4
Mężczyźni	0	0	0
Suma	**4**	**4**	**4**
inny wymiar etatu			
Kobiety	3	9	6
Mężczyźni	0	0	6
Suma	**3**	**9**	**0**

Liczba pracowników ze względu na formę zatrudnienia

Umowa o pracę na czas określony	2021	2020	2019
Kobiety	48	45	103
Mężczyźni	55	122	188
Suma	**103**	**167**	**291**
umowa opracę na czas nieokreślony			
Kobiety	462	425	447
Mężczyźni	1098	1179	1093
Suma	**1560**	**1604**	**1540**

[401-1]

Całkowita liczba nowych pracowników w podziale na:

Płeć	2021	2020	2019
Kobiety	103	49	182
Mężczyźni	118	73	330
Wiek			
Poniżej 30 lat	134	61	262
30-50 lat	86	58	243
Powyżej 50 lat	1	3	7

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

Płeć	2021	2020	2019
Kobiety	0,063	0,030	0,100
Mężczyźni	0,070	0,040	0,180
Wiek			
Poniżej 30 lat	0,082	0,040	0,140
30-50 lat	0,048	0,030	0,130
Powyżej 50 lat	0,002	0,002	0,010

Całkowita liczba pracowników, którzy odeszli z organizacji w raportowanym okresie, w tym w podziale na:

Płeć	2021	2020	2019
Kobiety	118	83	117
Mężczyźni	191	155	195
Wiek			
Poniżej 30 lat	102	57	178
30-50 lat	170	132	131
Powyżej 50 lat	37	8	4

Wskaźnik rotacji pracowników w raportowanym okresie, w tym w podziale na

Płeć	2021	2020	2019
Kobiety	0,071	0,047	0,060
Mężczyźni	0,115	0,088	0,110
Wiek			
Poniżej 30 lat	0,062	0,032	0,100
30-50 lat	0,102	0,075	0,070
Powyżej 50 lat	0,020	0,005	0,002

[102-41]

W Coca-Cola HBC Polska nie ma zbiorowego układu pracy. W 2021 roku zmniejszyliśmy zatrudnienie w naszej organizacji, kończąc rozpoczęty w 2020 roku proces zwolnień grupowych wynikający z konieczności uproszczenia naszej struktury oraz potrzeby podniesienia efektywności organizacyjnej. W proces zwolnień zaangażowana została Rada pracownicza Coca-Cola HBC Polska i dwa związki zawodowe. Wszyscy zwalniani pracownicy otrzymali propozycje wsparcia w poszukiwaniu nowej pracy.

Równość i różnorodność

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

W Coca-Cola HBC Polska traktujemy ludzi z godnością i szacunkiem. Poszanowanie praw człowieka traktujemy jako fundament zrównoważonego rozwoju naszej organizacji.

W firmie wdrożona została 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.

Wszystkie polityki obowiązujące w Coca-Cola HBC

– w tym również Politykę Ochrony Praw Człowieka – znaleźć można na stronie internetowej

Wybrane obszary regulowane przez Politykę Praw Człowieka w Coca-Cola HBC Polska:

- poszanowanie praw człowieka;
- zaangażowanie interesariuszy;
- promocja różnorodności;
- swoboda zrzeszania się;
- bezpieczne i przyjazne środowisko pracy;
- brak akceptacji dla praktyk niewolniczych, pracy przymusowej i handlu ludźmi;
- czas pracy, wynagrodzenia i dodatkowe świadczenia;
- zgłaszanie i wyjaśnienie nieprawidłowości.

[202-2]

Wiele osób wśród naszej kadry najwyższego szczebla pochodzi spoza Polski, w tym 50% pochodzi z Polski. Cenimy różnorodność naszych pracowników i wkład, który wnoszą do naszej organizacji. Od wielu lat jesteśmy zaangażowani w tworzenie warunków wszystkim naszym pracownikom do pełnego wykorzystania swojego potencjału, w których nie ma miejsca ani przyzwolenia na dyskryminację i szykanowanie. Naszym celem jest środowisko pracy, wolne od dyskryminacji czy nękania na tle rasowym, płci, koloru skóry, narodowości, pochodzenia społecznego,

wyznania, wieku, niepełnosprawności, orientacji seksualnej, poglądów politycznych lub wszelkich innych form zdefiniowanych przez obowiązujące prawo.

We wszystkich aspektach rekrutacji, zatrudnienia, wypłacania wynagrodzeń i świadczeń, zapewnienia szkoleń, awansów i przeniesień opieramy się o kwalifikacje, umiejętności, doświadczenie, spełnienie wymagań i standardów związanych z zajmowanym stanowiskiem oraz osiągnięte wyniki. Niezależnie od cech osobistych lub statusu pracownika, firma nie toleruje obraźliwego lub niewłaściwego zachowania, niesprawiedliwego traktowania lub wszelkiego rodzaju odwetu. Nie akceptujemy szykanowania w żadnych okolicznościach związanych z pracą, zarówno w miejscu pracy, jak i poza nim. Zasady te dotyczą nie tylko pracowników firmy, ale także partnerów biznesowych, z którymi pracujemy.

[406-1]

Dzięki różnorodności możemy osiągać więcej. Jako Coca-Cola HBC Polska jesteśmy sygnatariuszem Karty Różnorodności, której koordynatorem w Polsce jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Poprzez Kartę 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 2021 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 do 2025 roku obsadzenie stanowisk kierowniczych równo według płci. Wspieramy różnorodność i równość płci w Coca-Cola HBC Polska. Dbamy o równe i uzależnione od kompetencji obsadzanie stanowisk (szczególnie managerskich), przyznajemy nagrody i awanse w takim samym stopniu kobietom, jak i mężczyznom oraz organizujemy szkolenia dotyczące różnorodności i integracji. Kwestię różnorodności poruszaliśmy w 2021 roku z pracownikami na specjalnych sesjach edukacyjnych. Zorganizowaliśmy m.in. webinar „Appreciating&Understending our Diverse North", w którym wzięło udział kilkunastu pracowników oraz webinar dla kobiet dotyczący poczucia własnej wartości oraz realizacji ambicji. Okazją do dialogu na temat znaczenia różnorodności i inkluzywności miejsca pracy stała się również przeprowadzona wśród pracowników ankieta poświęcona tym tematom.

[405-1]

Odsetek osób w ciałach zarządczych w poniższych wymiarach różnorodności:

Płeć

Wiek

Szkolenia i rozwój

[103-1] [103-2] [103-3] Aspekt: Szkolenia i edukacja

Stawiamy na rozwój pracowników w ramach organizacji i oferujemy szkolenia dostosowane do naszych aktualnych i przyszłych potrzeb biznesowych.

W Coca-Cola HBC Polska przygotowaliśmy programy podnoszenia kwalifikacji zawodowych dla wszystkich stanowisk w naszej organizacji – pracowników zakładów produkcyjnych, managerów i osób zatrudnionych w dziale sprzedaży.

Zapewniamy także wsparcie w nauce języka angielskiego, kursy związane z zagadnieniami prawnymi, szkolenia z technik negocjacyjnych oraz umiejętności digitalowych. Ponadto pracownicy Coca-Cola HBC Polska mogą korzystać z platformy e-learningowej Helo, na której dostępnych jest niemal 2500 zasobów szkoleniowych w 22 językach.

Prowadzimy liczne inicjatywy rozwojowe i w zakresie dzielenia się wiedzą:

- Coke Day – sesja dla nowych pracowników w HQ,
- Sesje informacyjne IDP,
- Sesje edukacyjne P4G,
- Sesje edukacyjne na temat zaangażowania,
- Sesje edukacyjne E2E BSO,
- Power Hour (dla kadry zarządzającej),
- Polski Ład – sesje edukacyjne,
- Szkolenia poświęcone różnorodności i budowie włączającej kultury organizacyjnej.

[404-1]

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

Płeć	2021	2020
Kobiety	15,13	22,43
Mężczyźni	15,57	17,08

Kategoria zatrudnienia

	2021	2020
Liderzy zmiany	15,05	29,31
Liderzy pierwszej linii	19,13	20,16
Przyszli Liderzy	69,25	2,23
Specjaliści i Eksperci	14,78	19,81
Pracownicy wspierający	19,53	1,18
TOP 300	18,55	46,51
TOP 40	1,00	0,42
Pracownicy Liniowi	18,33	0,68

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.

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. W 2021 roku udział w programie wzięło 26 pracowników. Cele Fast Forward to skuteczne przygotowanie pracownika o wysokim potencjale do awansu i skrócenie czasu potrzebnego mu na osiągnięcie oczekiwanych wyników po tej zmianie. Program realizuje ten cel m.in. poprzez:

- zapewnienie jasnych możliwości rozwoju w obrębie firmy,
- planowanie ścieżek kariery,
- budowę zaangażowania,
- budowę grona sukcesorów najważniejszych stanowisk menedżerskich w organizacji,
- rozwój samodzielności i sieci kontaktów.

W Coca-Cola HBC Polska wspieramy wymianę wiedzy wśród naszych pracowników. Wdrożyliśmy m.in. system **mentoringu** oparty 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 relacja oparta na wzajemnym zaufaniu i szacunku, której celem jest m.in. wspieranie wdrażania nowo zatrudnionych pracowników, wspieranie menedżerów w rozwoju kompetencji przywódczych oraz wspieranie talentów w procesie zmiany. W 2021 roku korzystaliśmy z przyjaznej dla użytkownika dedykowanej platformy, żeby jak najłatwiej łączyć mentees i mentorów. Platforma przedstawia sylwetki mentorów wraz z ich dostępnością i umożliwia proste umawianie się na spotkania mentoringowe. Daje też możliwość aplikowania na pozycję mentora. Programem objęte są wszystkie rynki naszej grupy, co umożliwia wybranie mentora z dowolnego kraju.

Opportunity Marketplace
W 2021 kontynuowaliśmy pracę nad naszą platformą Opportunity Marketplace, którą wdrożyliśmy w 2020. Platforma 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.

DOBRA PRAKTYKA

Od 2020 roku rozwijamy platformę Smarp, która służy pracownikom do tworzenia treści i dzielenia się nimi w mediach społecznościowych. Smarp pozwala nam docierać szerzej nie tylko z komunikatami firmowymi, ale także prywatnymi sukcesami pracowników, którzy chcą być aktywni, 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 rywalizacji. Pracownicy dzięki aktywności na platformie zdobywają punkty, które mogą wymienić na atrakcyjne nagrody.

Kampania Say Thank You
W dziale Łańcucha Dostaw w roku 2021 przeprowadziliśmy kampanię, której celem było docenienie pracowników. Każdy mógł nominować pracowników w trzech kategoriach:

- Superbohater roku,
- Wyjątkowe osiągnięcia,
- Najlepszy współpracownik.

Nagrodzeni pracownicy (ponad 100 osób) otrzymali karty przedpłacone oraz zostali docenieni na forum podczas spotkań działów. Kampania będzie kontynuowana również w 2022 roku.

Brand Opener
Aby stale budować nasz wizerunek jako pracodawcy wśród młodych osób, w 2021 roku, po raz kolejny z rzędu, odbył się konkurs Brand Opener. Piąta edycja programu, jak w latach poprzednich, dążyła do wzrostu świadomości studentów w zakresie tego, co firma Coca-Cola HBC oferuje młodym, ambitnym ludziom, rozpoczynającym swoją przygodę na rynku pracy. Po raz drugi dedykowaliśmy konkurs nie tylko obywatelom Polski, lecz także Litwy, Łotwy i Estonii.

W 2021 roku postanowiliśmy także nieco rozszerzyć tematykę konkursu. Uczestnicy mogli wykazać się swoją wiedzą i kreatywnością w jednym z aż czterech obszarów – sprzedaży, zrównoważonego rozwoju, produkcji i marketingu. Ponownie położyliśmy nacisk na budowanie świadomości, dzielenie się wiedzą oraz budowanie zaangażowania, a nie na cele rekrutacyjne.

Ze względu na pandemię kampania Brand Opener w całości odbyła się online. Aby dotrzeć do odbiorców, zaistnieć w ich świadomości oraz zachęcić do udziału w konkursie zrealizowaliśmy szeroko zakrojoną kampanię wizerunkową online, wykorzystującą różnorodne kanały komunikacji, m.in. Facebook, YouTube, Instagram i Messenger. W 2021 roku kampania odbyła się - pod hasłem „Unbottle your potential". Zrealizowaliśmy konkurs główny, siedem „mini-challenge'ów" oraz wydarzenia na żywo, w tym również z członkami naszego zarządu.

Naszym celem było nie tylko wypromowanie konkursu i towarzyszących mu wydarzeń online, ale przede wszystkim budowanie świadomości i naszego wizerunku pracodawcy z wyboru wśród młodej generacji. Brand Opener 2021 pozwolił nam przybliżyć studentom realia pracy w firmie FMCG, dostarczył przydatnej, praktycznej wiedzy oraz zainspirował do podejmowania odważnych życiowych i zawodowych decyzji.

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.

Efekty Brand Opener 2021:

zasięg na Facebooku:
2 637 481
osób,

ponad
1,9 mln
odsłon naszych reklam,

86 716
kliknięć prowadzących do strony internetowej kampanii,

8505
interakcji.

Zdrowie i bezpieczeństwo

[103-1] [103-2] [103-3] aspekt: Zdrowie i bezpieczeństwo
Nasz cel: Zmniejszenie wskaźnika wypadków o 50% oraz brak ofiar śmiertelnych w wypadkach przy pracy.
[403-6]

Chcemy, aby praca w systemie firm Coca-Cola w Polsce była pracą bezpieczną. Angażujemy się w kształtowanie kultury bezpieczeństwa i higieny pracy i stosujemy efektywne standardy BHP odpowiednie do zagrożeń związanych z naszą działalnością gospodarczą.

Zapewniamy zdrowe i bezpieczne środowisko pracy poprzez eliminację zagrożeń, zmniejszenie ryzyka dla zdrowia i bezpieczeństwa oraz podnoszenie świadomości wśród pracowników i podwykonawców. Przestrzegamy wszystkich wymogów prawnych i norm BHP, a w wielu obszarach nasze wewnętrzne regulacje wychodzą poza obowiązkowy zakres. Kwestie bezpieczeństwa w Coca-Cola HBC Polska regulują Polityka w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy, Polityka Bezpiecznego Zarządzania Flotą Samochodową oraz procedury systemu zgodnego z normą ISO 45001. Norma ISO 45001 obowiązuje w firmie od 2020 roku i została wdrożona w zakładach w Radzyminie, Staniątkach i Tyliczu na bazie systemu OHSAS 18001. Norma nie jest wymagana przez polskie prawodawstwo – zdecydowaliśmy się na jej wdrożenie mając na uwadze najwyższe standardy bezpieczeństwa, które wprowadza.

[403-3]
Za zarządzanie bezpieczeństwem pracy w Systemie Coca-Cola HBC w Polsce odpowiada Zarząd. W spółce działa też funkcja Kierownika ds. BHP odpowiedzialnego za Polskę i Kraje Bałtyckie, który nadzoruje kwestie bezpieczeństwa i rozwija system zarządzania kwestiami BHP.

[403-2]
Co najmniej raz w 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. Dwa razy do 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 zagrożeń **Near Miss**. Każdy pracownik może zgłosić zagrożenie za pośrednictwem elektronicznej bazy, a następnie do każdego zagrożenia przypisywany jest plan działań. W 2021 r. w Polsce zgłoszonych zostało 1848 zagrożeń.

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.

Istnieje także możliwość anonimowego zgłaszania zdarzeń potencjalnie niebezpiecznych przez narzędzie Speak Up line.

[403-7] [403-6]
Działania prewencyjne
Oprócz ścisłego przestrzegania zasad dotyczących bezpieczeństwa pracy prowadzimy również działania prewencyjne. Oto niektóre z nich:

- bezpieczeństwo oparte na zachowaniach – Behavioral Based Safety (BBS) w ramach, którego mamy wyszkolonych 388 obserwatorów w całym BU, którzy wykonali w sumie 2638 obserwacji,
- program promujący rozmowy na temat bezpieczeństwa Toolbox Talks oraz inspekcje stanowisk pracy prowadzone przez kadrę menadżerską Walk The Talk,
- cykl artykułów poświęconych bezpieczeństwu w newsletterze korporacyjnym Sparkling News Newsletter,
- okolicznościowa strona poświęcona bezpieczeństwu pracy w firmowym intranecie zawierająca nie tylko dobre praktyki, ale także materiały szkoleniowe,
- system monitorowania stylu jazdy oraz rozpoczęcie prac nad systemem motywującym dla przedstawicieli handlowych w celu poprawy bezpieczeństwa na drodze oraz zmniejszeniu emisji spalin do atmosfery.

DOBRA PRAKTYKA

W 2021 roku został uruchomiony globalny program The Coca-Cola Company Life Saving Rules – Zasady Chroniące Życie.

Zasady chroniące życie
Zero jest możliwe

Program ma na celu zbudowanie kultury bezpieczeństwa, gdzie zero wypadków jest możliwe. Tym samym program wdraża globalne uspójnione podejście do zagrożeń i prewencji. Obejmuje on 14 zasad mających na celu podkreślenie różnych grup ryzyk:

1. **behawioralnych, jak umiejętność reagowania na otaczające zagrożenia, reakcje na nie oraz odpowiedni zasób wiedzy i umiejętności,**
2. **związanych z organizacją pracy w kontekście kontraktorów i pozwoleń na pracę,**
3. **wynikających z prac szczególnie niebezpiecznych,**
4. **związanych z szeroko pojętym przemieszczaniem się.**

Wokół tych 14 zasad budowany jest system wdrażania i monitorowania wymagań korporacyjnych oraz komunikacji w zakresie bezpieczeństwa pracy.

Co roku organizujemy specjalny Tydzień Zdrowia i Bezpieczeństwa Safety Week, w czasie którego pracownicy mogą poszerzyć i zaktualizować swoją wiedzę na temat BHP. Oferujemy m.in. możliwość wykonania podstawowych badań, konsultacje dietetyczne oraz spotkania z ekspertami ds. bezpieczeństwa. Mając na uwadze liczbę zdarzeń wypadkowych oraz zwiększenie aktywności biznesowych, od 2021 orgaznizowane są dwa razy do roku Tygodnie Bezpieczeństwa – edycja wiosenna bezpośrednio przed letnim sezonem komercyjnym oraz edycja jesienna, która ma na uwadze zwiększyć świadomość zagrożeń w okresie zimowym , w szczególności bezpośrednio przed bożenarodzeniowym sezonem handlowym.

Wiosenna edycja tygodnia bezpieczeństwa (31.05 – 4.06) w 2021 roku bezpośrednio dotyczyła pracowników terenowych działu sprzedaży i zakładów produkcyjnych. Zaangażowani zostali w promocję wydarzenia dyrektorzy w poszczególnych funkcjach. Zainicjowaliśmy długofalową kampanie promującą ocenę ryzyka tuż przed wykonaniem zadnia „5 sekund – pomyśl zanim zaczniesz", która kontynuowana jest w 2022 r. Ponadto w ramach tego tygodnia bezpieczeństwa skupiliśmy się na promocji Zasad Chroniących Życie – globalnego programu wdrożonego przez The Coca-Cola Company. Nasi pracownicy mieli szansę uczestniczyć w webinariach poświęconych reagowaniu na zagrożenie, zwrócić uwagę w jaki sposób się poruszać i jeździć bezpiecznie samochodem.

Jesienna edycja (15-19.11) zaangażowała w 58 aktywnościach (szkoleniach, webinariach) 1330 pracowników z całego BU. Zrealizowaliśmy w sumie ponad 91 godzin szkoleniowych z czego 11 aktywności on-line. Dumni jesteśmy, że pomimo panującej pandemii udało się nam zorganizować aktywności w 6 lokalizacjach z uwzględnieniem zasad bezpieczeństwa. W przygotowaniach tego wydarzenia wzięło w sumie 21 osób, w tym lokalni liderzy w postaci specjalistów BHP z zakładów produkcyjnych. Tematyka tygodnia była zróżnicowana w zależności od naszych odbiorców:

1. **Pierwsza pomoc**
2. **Bezpieczeństwo drogowe**
3. **Olimpiada wózków widłowych w magazynach**
4. **Zdrowy kręgosłup**
5. **Bezpieczeństwo na produkcji: środki ochrony indywidulanej i system LOTO**

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

	2021	2020
Staniątki	72	50
Tylicz	989	624
Radzymin	164	472

* Stan na 31 grudnia

[403-10] W Coca-Cola HBC Polska nie odnotowaliśmy w 2021 roku chorób zawodowych ani wypadków śmiertelnych. Wydarzyło się sześć wypadków przy pracy powodujących utratę czasu pracy.

Wskaźnik własny urazów związanych z pracą*

	2021	2020
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	6	5
Wskaźnik obrażeń związanych z pracą	0,36	1,74
Główne rodzaje obrażeń związanych z pracą	potknięcia / poślizgnięcia / upadki	upadki / potknięcia

* Liczba przypadków wymagających interwencji medycznej związanych z pracą w raportowanym okresie x 100 / średnia liczba etatów w danym okresie

Dla wszystkich pracowników, którzy nie są pracownikami, ale których praca i / lub miejsce pracy są kontrolowane przez organizację

	2021	2020
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	4	0
Wskaźnik obrażeń związanych z pracą	n/a	n/a
Główne rodzaje obrażeń związanych z pracą	urazy związane z operacjami wózkowymi – urazy stóp	urazy palców
Liczba przepracowanych godzin	n/a	n/a

	2004	2014	2017	2018	2019	2020	2021
Liczba wypadków przy pracy na 100 zatrudnionych	2,38	0,76	0,43	0,44	0,33	0,24	0,36

Bezpieczeństwo w pandemii
Przez cały okres pandemii – a więc również w 2021 roku – Coca-Cola HBC Polska działała zgodnie z wytycznymi prawa oraz wewnętrznymi najlepszymi praktykami dotyczącymi przeciwdziałania zakażeniom koronawirusem. Zapewniliśmy bezpieczną pracę pracownikom biurowym oraz osobom pracującym w zakładach produkcyjnych i dystrybucji naszych napojów. Nasze działania pozwoliły – zachowując niezbędny reżim sanitarny – nie przerywać produkcji.

W sumie w czasie pandemii wdrożyliśmy w naszych zakładach i biurze głównym kilkaset zabezpieczeń związanych z pandemią. Ich skuteczność oraz przestrzeganie wprowadzonych zasad były regularnie sprawdzane poprzez kilkanaście audytów związanych z prewencją COVID-19. Istotnym elementem w przeciwdziałaniu skutkom pandemii było świadome i szybkie reagowanie na istniejące zagrożenia. Przykładem było:

- zbudowanie systemu dobrowolnego testowania, który obejmował dostęp do palcówek zdrowia dla pracowników zagrożonych zakażeniem,
- zniżki dla pracowników, rodzin i ich bliskich do testów w komercyjnych punktach testowania, np. przed wyjazdami,
- dostęp do samodzielnego wykonania testów antygenowych (dostęp w drugiej połowie roku).

Kluczowym elementem w strategii prewencji była jasna deklaracja i komunikacja pro szczepionkowa. 28.04.2021 roku w ramach Światowego Dnia Bezpieczeństw Pracy i Ochrony Zdrowia w Pracy skupiliśmy się wraz z ekspertami zewnętrznymi na rzeczowej dyskusji zalet szczepień przeciwko COVID-19.

Działania związane z pandemią COVID-19:

- praca zdalna w maksymalnym wymiarze wszędzie tam, gdzie charakter obowiązków służbowych na to pozwalał;
- ograniczone delegacje krajowe i zagraniczne;
- przełożone wizyty gości w obiektach Coca-Cola HBC PL;
- maksymalnie zaostrzone standardy higieny w zakładach produkcyjnych (dodatkowe procedury dezynfekcji, środki higieny osobistej, termometry na podczerwień przy wejściach).

W corocznym badaniu zaangażowania

94% pracowników stwierdziło, że ich miejsce pracy jest bezpieczne.

DOBRA PRAKTYKA

Część rozwiązań wprowadzonych w czasie pandemii zdecydowaliśmy się utrzymać na stałe. Przykładem może być uruchomiony w 2020 roku Employee Assistance Program – poufny serwis wsparcia. Jego celem jest udzielanie bezpłatnej pomocy psychologicznej pracownikom oraz ich rodzinom, dotyczącej kłopotów i wyzwań 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.

DOBRA PRAKTYKA

Utrzymana w naszych zakładach po pandemii została również technologia Smart Glasses, która zmieniła sposób konserwacji i napraw urządzeń na naszych liniach produkcyjnych. Dzięki Smart Glasses – po założeniu specjalnych okularów – pracownicy zakładów w Polsce przekazują widziany przez siebie obraz do konsultantów technicznych na całym świecie. Eksperci „widząc oczami" pracownika mogą poprowadzić jego prace w najbardziej efektywny sposób. Dzięki Smart Glasses zredukowaliśmy liczbę spotkań bezpośrednich, a jednocześnie zredukowaliśmy emisję CO_2 ograniczając konieczność podróży. Smart Glasses stosowane są również przez osoby przygotowujące do wysyłki zamówienia dla klientów. Zamówienia nie są już drukowane na papierze, tylko widoczne w systemie za pomocą Smart Glasses.

Relacje z interesariuszami

[102-42] [102-43]

Dialog 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 AA1000 SES,
- aktywny udział w konsultacjach społecznych związanych ze zmianą systemu zarządzania odpadami w Polsce.

DOBRA PRAKTYKA

Od kilku lat organizujemy panele dialogowe z naszymi kluczowymi interesariuszami. Spotkania organizujemy zarówno w Warszawie – dla interesariuszy z którymi pracujemy w całym kraju, jak i w naszych zakładach – w których spotykamy się z interesariuszami lokalnymi. Prowadzone są one zgodnie z wymaganiami standardu AA1000 SES. Proces zgodnie z którym przygotowujemy i przeprowadzamy spotkania oparty jest na trzech głównych zasadach standardu:

- ISTOTNOŚĆ – angażowanie interesariuszy w tematy i działania istotne.
- WŁĄCZANIE – angażowanie kluczowych interesariuszy w wypracowywaniu i osiąganiu strategicznych odpowiedzi na wyzwania zrównoważonego rozwoju.
- ODPOWIADANIE – reakcja organizacji na problemy interesariuszy, które mają wpływ na jej zrównoważony rozwój.

W 2021 roku zorganizowaliśmy 3 panele, we wszystkich naszych zakładach w Polsce.

Więcej informacji

na ten temat można znaleźć w raporcie zrównoważonego rozwoju Coca-Cola HBC za rok 2020 na stronie 66:

Ze względu na pandemię COVID-19 odbyły się one w formule online.

Jesienią 2021 roku zorganizowaliśmy panel dialogowy z naszymi dostawcami. Ze względu na trwające ograniczenia pandemiczne, także ten panel odbył się online. W panelu wzięło udział 56 uczestników reprezentujących łącznie 27 interesariuszy – dostawców Coca-Cola HBC. W pierwszej części spotkania dostawcy dzielili się własnymi doświadczeniami oraz dobrymi praktykami, które podejmują na rzecz zrównoważonego rozwoju, w tym w zakresie:

- alternatywnych źródeł energii i zmniejszenie emisji,
- opakowań,
- gospodarowania odpadami.

Dostawcy przedstawiali również działania na rzecz klimatu i środowiska, które już są realizowane we współpracy z Coca-Cola HBC Polska, m.in. działania edukacyjne dla pracowników, młodzieży i dzieci oraz innowacyjne rozwiązania zwiększające efektywność energetyczną oświetlenia. Uczestniczy panelu dyskutowali również o możliwym rozszerzeniu współpracy z Coca-Cola HBC Polska oraz przedstawiali propozycje działań dla naszej organizacji zwiększających zrównoważony rozwój organizacji.

W pierwszej połowie 2022 roku zorganizowaliśmy trzy panele dyskusyjne w naszych zakładach w Radzyminie, Staniątkach i Tyliczu.

Celem paneli zorganizowanych w zakładach było wysłuchanie opinii, potrzeb i oczekiwań kluczowych interesariuszy dotyczących zarządzania zasobami wodnymi, zgodnie z wymaganiami Standardu Alliance for Water Stewardship (AWS). W spotkaniu w Staniątkach uczestniczyło 14 osób reprezentujących 11 interesariuszy Coca-Cola HBC Polska – część uczestników była na miejscu, a część wzięła udział w spotkaniu online. W Radzyminie stacjonarnie spotkaliśmy się z 9 osobami reprezentującymi 9 interesariuszy. W spotkaniu w Tyliczu wzięło udział 8 osób - 7 stacjonarnie i jedna online. Obecni byli przedstawiciele organizacji lokalnych, podmiotów administracji lokalnej, dostawców oraz ogólnopolskich instytucji.

[102-44]

Podczas wszystkich spotkań, interesariusze wskazali także ważne dla interesariuszy tematy związane ze zrównoważonym rozwojem, które powinny zostać uwzględnione w raporcie Coca-Cola HBC. Większość z nich związana była z kwestiami środowiskowymi, a w szczególności, zarządzeniem zużyciem energii, emisjami i śladem węglowym, polityką opakowaniową i recyklingiem. Uczestnicy zgłaszali też tematy związane z kwestiami BHP i zatrudnienia.

[102-40] [102-43]

Interesariusze Coca-Cola HBC Polska:

- 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);
  Częstotliwość angażowania: codziennie;

- Administracja, regulatorzy i organizacje branżowe – krytyczni (Sanepid, Państwowa Inspekcja Pracy); 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 Związek Pracodawców, Związek Pracodawców RP, Związek Przedsiębiorców i Pracodawców, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, rzecznicy konsumentów, tzw. influencerzy, posłowie, komisje sejmowe, Komisja Europejska, kancelaria Prezesa Rady Ministrów, profesjonaliści z dziedziny ochrony zdrowia, Union of European Soft Drinks Associations, ISA);
  Częstotliwość angażowania: średnio raz w miesiącu

- Społeczeństwo i społeczności lokalne – krytyczni (media, Fundacja Sukcesu Pisanego Szminką); istotni (lokalna administracja samorządowa, lokalni mieszkańcy, szkoły średnie i wyższe, pozostałe organizacje pozarządowe, np. charytatywne);
  Częstotliwość angażowania: średnio raz w tygodniu

- 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);
  Częstotliwość angażowania: codziennie

- Rynek kapitałowy krytyczni (akcjonariusze strategiczni);
  Częstotliwość angażowania: średnio raz na kwartał.

- Środowisko naturalne – krytyczni (Wojewódzki Inspektor Ochrony Środowiska, Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK, Greenpeace Polska); istotni (recyklerzy, Centrum UNEP/GRID-Warszawa realizujące Program Środowiskowy Organizacji Narodów Zjednoczonych UNEP, organizacje pozarządowe zajmujące się tematyką środowiska i klimatu).
  Częstotliwość angażowania średnio raz na miesiąc.

[102-12]

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

- **Cele zrównoważonego rozwoju** (ang. *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. https://www.un.org.pl/#;
- **Protokół Gazów Cieplarnianych** (ang. *Greenhouse Gas Protocol*, GHG Protocol), https://ghgprotocol.org/;
- **Alliance for Water Stewardship (AWS)**, https://a4ws.org/, więcej o standardzie na str. 29;
- **zobowiązania EU Pledge**, (odpowiedzialny marketing), https://eu-pledge.eu/, więcej o zobowiązaniu na stronie 22;
- list intencyjny na rzecz **optymalizacji wartości energetycznej i składu produktów spożywczych** w Polsce (poprzez sygnatariusza, tj. Polską Federację Producentów Żywności Związek Pracodawców);
- **zobowiązanie własne Net Zero 2040** do osiągnięcia zerowej emisji netto w całym łańcuchu wartości do 2040 roku.

[102-13]

W Coca-Cola HBC Polska dzielimy się naszym doświadczeniem i kształtujemy otoczenie rynkowe poprzez przynależność do ważnych organizacji działających na rynku polskim:

- Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców, https://www.pfpz.pl/index/;
- Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK, http://eko-pak.biz/;
- Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań SA, https://www.rekopol.pl/;
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu, https://odpowiedzialnybiznes.pl/;
- Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej, https://pracodawcyrp.pl/.

Wspieramy również organizacje i stowarzyszenia, które swoimi działaniami wpisują się w nasze wartości. Są to m.in.

- Polski Czerwony Krzyż, https://pck.pl;
- Banki Żywności, https://bankizywnosci.pl;
- Fundacja Instytut Wolontariatu Pracowniczego, https://wolontariatpracowniczy.pl.

Nie pracujemy dla nagród, ale oczywiście jest nam bardzo miło, że nasza praca jest doceniana przez niezależnych ekspertów. W 2021 roku mieliśmy zaszczyt otrzymać m.in.:

- **Tytuł Best Quality Employer 2021** przyznawany przez Centralne Biuro Certyfikacji Krajowej – tytuł stanowi docenienie wysiłku włożonego w budowanie kompleksowej polityki kadrowej firmy oraz dowód naszej silnej pozycji na rynku pracy.

- **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.

- **Nominację do nagrody public relations Złote Spinacze** w kategorii Research &Insight – Złote Spinacze to najstarszy konkurs PR w Polsce.

- **Wyróżnienie** w konkursie **Employer Branding Excellence Awards 2021** za projekt SoMe Ninja EA.

- **Tytuł Solidny Pracodawca** przyznany przez Kowalski Pro-Media – wydawcę dodatków promocyjnych do popularnych gazet w Polsce.

- **Tytuł Employer Branding Star 2021** przyznany przez Employer Branding Institute & EBnavi.

Coca-Cola HBC zdobyła również najwyższe oceny w prestiżowych rankingach zrównoważonego rozwoju:

Nr 1 wśród firm napojowych w Europie **Dow Jones Sustainability Index**.

Najwyższa ocena wśród firm napojowych w **MSCI ESG Rating**.

Ocena A w obszarze klimat i woda **CDP A list 2020**.

Złoty i platynowy poziom w Alliance for Water Stewardship Standard.

Obecność w indeksie **FTSE4GOOD** od czasu jego utworzenia w 2000 roku.

Nr 1 wśród firm napojowych w indeksie **ESG VIGEO** przygotowywanym przez agencję Moody's.

Status **ESG Prime** w zestawieniu ISS.

Obecność w rejestrze inwestycji odpowiedzialnych społecznie **Ethibel EXCELLENCE**.

Ranking Odpowiedzialnych Firm jako nr 1 branży FMCG

Srebrny listek CSR Tygodnika Polityka i Deloitte

Więcej informacji *o rankingach ESG dla Coca-Cola HBC* można znaleźć pod adresem:

Zaangażowanie społeczne

Wspieramy programy na rzecz społeczności i angażujemy się tam, gdzie nasze kompetencje, wiedza i doświadczenie mogą być najbardziej pomocne.

Nasze działania koncentrują się na:

- kreowaniu pozytywnego wpływu na społeczeństwo oraz gospodarkę,
- poprawie jakości życia społeczności,
- rozwoju młodzieży,
- inicjowaniu projektów środowiskowych.

Aby zwiększyć nasz wpływ nawiązujemy partnerstwa z organizacjami pozarządowymi i branżowymi. Realizujemy zarówno działania ogólnopolskie, jak i regionalne w miejscach, w których zlokalizowane są nasze zakłady.

Działania Fundacji Coca-Cola

The Coca-Cola Foundation jest głównym międzynarodowym ramieniem filantropijnym naszej firmy. Realizuje zobowiązanie The Coca-Cola Company do corocznego przekazywania na cele charytatywne 1% przychodów operacyjnych koncernu za rok poprzedni. Od momentu powstania w 1984 r., Fundacja przyznała już ponad 1.4 miliarda dolarów dotacji na wsparcie zrównoważonych inicjatyw społecznych na całym świecie. W samym 2021 było to ponad 2% dochodu operacyjnego The Coca-Cola Company i The Coca-Cola Foundation, a więc znacznie powyżej naszego rocznego celu 1%.

Dotacje przyznawane są przez cały rok na podstawie naszych priorytetów, wymogów podatkowych, zgodności z prawem i akceptacji Zarządu Fundacji.

Fundacja Coca-Cola zapewnia także dodatkowe fundusze i dotacje dla społeczności i organizacji w odpowiedzi na największe kryzysy, m.in. epidemię koronawirusa czy pomoc uchodźcom z Ukrainy. Do tej pory przekazano ponad 56 milionów dolarów na wsparcie walki z koronawirusem oraz – wspólnie z The Coca-Cola Company i europejskimi i globalnymi partnerami - blisko 5 mln dolarów na rzecz kryzysu na Ukrainie.

Program Youth Empowered

Wspiera proces włączenia zawodowego młodych ludzi poprzez oferowanie narzędzi budujących ich potencjał i możliwości na rynku pracy. Od 2017 roku prowadzimy program Youth Empowered – inicjatywę edukacyjną dla osób młodych, niepracujących, znajdujących się poza systemem edukacji i niepodejmujących szkoleń.

W ramach Youth Empowered działa Yep.academy – internetowa platforma zawierająca m.in. testy kompetencji i zdolności, a także szkolenia online mające pomóc młodym ludziom w rozwinięciu umiejętności niezbędnych na rynku pracy, w tym kalkulator wynagrodzeń pomagający obliczyć minimalne zarobki.

W 2021 roku z tych narzędzi skorzystało ponad

25 000

użytkowników, a w sumie przez cztery lata ponad

120 000.

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 PL, 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 Polska w dzień roboczy, dzięki czemu stażyści mogą w praktyce zobaczyć, jak wygląda praca na danym stanowisku.

W krajach, w których działa Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie co roku organizujemy spotkanie Youth Empowered Event, w którym w 2021 roku udział wzięło ponad 1500 studentów. Wydarzenie otworzył Jaaka Mikkel, dyrektor generalny Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie, a w lokalnych odsłonach w Polsce, Łotwie, Litwie i Estonii odbyło się kilkadziesiąt inspirujących wykładów przygotowanych zarówno przez młodych, popularnych youtuberów, doświadczonych przedsiębiorców, influencerów i edukatorów ekologicznych. Hasło przewodnie Youth Empowered Event w 2021 roku to Mission Sustainability i właśnie tematowi roli zrównoważonego rozwoju we współczesnym świecie poświęcona była większość spotkań.

Chcemy być dobrym sąsiadem

W Coca-Cola HBC Polska chcemy zasłużyć na opinię „dobrego sąsiada" i blisko współpracujemy ze społecznościami w lokalizacjach, gdzie prowadzimy nasze zakłady. Zdajemy sobie sprawę, że jesteśmy znaczącym pracodawcą w regionach, a dla wielu małych lokalnych firm często współpraca z nami jest warunkiem biznesowego sukcesu. Według danych z 2021 roku System Coca-Cola w Polsce przyczyniał się pośrednio do stworzenia blisko 10 tysięcy miejsc pracy w całej Polsce.

Oprócz pozytywnego wpływu ekonomicznego angażujemy się w codzienne życie lokalnych społeczności – wspieramy inicjatywy i proponujemy własne projekty. Szczególne miejsce wśród naszych działań lokalnych co roku zajmują projekty związane z ekologią. W 2021 roku przeprowadziliśmy – razem z Planet Heroes i Centrum UNEP/GRID-Warszawa – wyjątkową akcję Tydzień Ziemi. W jej ramach zapraszaliśmy do wspólnego sprzątania najbliższej okolicy, a Coca-Cola HBC Polska dodatkowo wsparła finansowo fundacje ekologiczne.

Planet Heroes to pierwsza ekologiczna platforma crowdfundingowa, która umożliwia działania mające na celu samodzielne sprzątanie terenów zielonych, jak i wspieranie sprzątających. Misja Planet Heroes, skłaniająca ludzi do sprzątania środowiska naturalnego, wpisuje się w realizowany przez Coca-Cola program „Świat bez odpadów", dlatego postanowiliśmy połączyć nasze siły i wspólnie przeprowadzić akcję proekologiczną.

Międzynarodowy Dzień Ziemi przypadający na 22 kwietnia stał się dla nas okazją do przeprowadzenia dwutygodniowej inicjatywy na rzecz Świata Bez Odpadów. By wziąć w niej udział, wystarczyło zarejestrować się na platformie planetheroes.pl, posprzątać wybrany teren w swojej okolicy (park, las, brzeg rzeki), zrobić zdjęcia dokumentujące teren przed i po sprzątaniu oraz zebrane odpady, a następnie opublikować je na platformie. Każdy zebrany worek śmieci to 10 zł, które Coca-Cola HBC Polska przekazuje na rzecz jednej z trzech fundacji wybranych przez osoby sprzątające:

- Fundacja Mare, chroniącą ekosystem Morza Bałtyckiego;
- Fundacja Dla Biebrzy, zajmującą się ochroną środowiska Biebrzy i okolic;
- Operacja Czysta Rzeka, sprzątającą polskie rzeki i ich okolice.

W ramach akcji posprzątaliśmy między innymi okolice Wisły, Głogowa Małopolskiego, Puszczy Niepołomickiej czy okolice Góry Świętej Anny. Dzięki inicjatywie i wsparciu konsumentów, pracowników firmy i partnerów akcji na Platformie Planet Heroes zarejestrowanych zostało blisko 41 nowych projektów prośrodowiskowych. W rezultacie udało zebrać się aż 80 820 litrów odpadów. Doliczyliśmy się 1347 worków odpadów!

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 2021 roku sfinansowaliśmy 22 projekty, których beneficjentami pośrednimi było 736 osób, a bezpośrednimi ponad 12 000.

10%

naszych pracowników angażuje się lokalnie w ramach wolontariatu pracowniczego w godzinach pracy dzieląc się dobrem z tymi, którzy tego wtedy najbardziej potrzebują.

O raporcie

[102-45] [102-50] [102-51] [102-54]
Niniejszy raport zrównoważonego rozwoju został przygotowany zgodnie z GRI Standards na poziomie zgodności podstawowym („Core") oraz dodatkowy własnym wskaźnikiem dotyczącym urazów związanych z pracą. Obejmuje działalność Coca-Cola HBC w Polsce w okresie od 1 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. i stanowi kontynuację poprzedniego raportu, opublikowanego w 2021 roku i zawierającego dane za rok 2020. 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.

[102-10] [102-52]
W raportowanym okresie nie zaszły znaczące zmiany dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości. Jest to 16. raport zrównoważonego rozwoju wydany przez spółkę Coca-Cola HBC. Raporty są przygotowywane w cyklu rocznym.

[102-48] [102-49]
W niniejszym raporcie zostały naniesione korekty informacji względem publikacji z roku 2020.
Korekty zostały dokonane we wskaźnikach:

- [102-8] – dodano liczbę zatrudnionych za rok 2020 w podziale na płeć i kategorię wiekową.
- [404-1] – dodano liczbę pracowników, którzy odeszli z organizacji wraz ze wskaźnikiem rotacji za rok 2020.

Wprowadzone zmiany nie mają istotnego wpływu na treść i odbiór raportu.

[102-56]
Raport został po raz pierwszy poddany niezależnej weryfikacji zewnętrznej przez jednostkę audytującą Biuro Veritas Polska Sp. z o.o.. Opinia audytora znajduje się na stronie 64 raportu. 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.

Zaangażowanie interesariuszy

[102-46]
Przygotowując niniejszy raport poprosiliśmy naszych interesariuszy o wskazanie istotnych dla Coca-Cola HBC tematów z obszaru zrównoważonego rozwoju. Przeprowadziliśmy trzy panele dialogowe, jeden w formie zdalnej, dwa w zakładach produkcyjnych na żywo. Przeprowadziliśmy również ankietę online wśród interesariuszy. Szczegółowe informacje na ten temat można znaleźć na stronie 48.

[102-43] [102-44] [102-46]
Naszych interesariuszy wewnętrznych wraz z zespołem zarządzającym i zewnętrznych poprosiliśmy także o wypełnienie ankiety online dotyczącej oceny istotności zagadnień z zakresu zrównoważonego rozwoju dla Coca-Cola HBC Polska. Ankietę wypełniło 22 interesariuszy reprezentujących naszych dostawców, klientów i organizacje pozarządowe. Wszystkich poprosiliśmy o ocenę poszczególnych tematów względem dwóch kryteriów: wpływu i istotności.

Dla zespołu odpowiedzialnego za przygotowaniem raportu, przygotowaliśmy i zrealizowaliśmy warsztat, w trakcie którego omówiliśmy wynik matrycy naszego wpływu na otoczenie i wpływu otoczenia na naszą działalność.

10 najistotniejszych tematów przedstawia poniższa tabela.

Zagadnienia

- Zastosowanie tworzyw sztucznych
- Wykorzystanie surowców do produkcji opakowań
- Gospodarowanie odpadami
- Przeciwdziałanie dyskryminacji
- Prawa pracownicze
- Opakowania jako element gospodarki o obiegu zamkniętym
- Ślad węglowy
- Składniki produktu
- Różnorodność i równe traktowanie
- Wykorzystanie zasobów naturalnych – wody

zagadnienia środowiskowe
zagadnienia społeczne
zagadnienia ekonomiczno-gospodarcze

Matryca istotności tematów w oparciu o wyniki ankiety dla interesariuszy.

1. Wkład w rozwój gospodarki
2. Wpływ na rynek pracy
3. Współpraca branżowa na rzecz zrównoważonego rozwoju
4. Rozwój biznesu
5. Podatki związane z branżą (np. podatek cukrowy)
6. Wpływ produktów na zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta
7. Skład produktów
8. Oznakowanie produktów
9. Odpowiedzialna komunikacja marketingowa
10. Bezpieczeństwo danych konsumenta
11. Etyka i przeciwdziałanie korupcji
12. Transformacja cyfrowa
13. Włączanie kwestii środowiskowych i społecznych w wymagania wobec dostawców
14. Edukacja i rozwój pracowników
15. Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników
16. Dobrobyt pracowników (well-being)
17. Nowe formy pracy (praca zdalna itp.)
18. Różnorodność i równe traktowanie
19. Przeciwdziałanie dyskryminacji
20. Prawa człowieka
21. Prawa pracownika
22. Zaangażowanie społeczne/ relacje ze społecznościami lokalnymi
23. Inwestycje społeczne
24. Zdrowie i zdrowy tryb życia
25. Wykorzystanie zasobów naturalnych - woda
26. Wykorzystanie surowców do produkcji opakowań
27. Wykorzystanie tworzyw sztucznych
28. Opakowania jako element gospodarki obiegu zamkniętego
29. Zużycie energii
30. Emisje gazów cieplarnianych
31. Ślad węglowy
32. Zarządzanie odpadami
33. Wpływ na bioróżnorodność
34. Edukacja społeczeństwa w kwestiach środowiskowych

Matryca interesariuszy.

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

[102-47]
Na podstawie przeprowadzonego procesu, a także w oparciu o będącą jego efektem matrycę istotności zostały zdefiniowane następujące kluczowe tematy, które mają odzwierciedlenie w treści raportu:

Regularnie również raportujemy wskaźniki zrównoważonego rozwoju, ponieważ chcemy być transparentni wobec wszystkich naszych interesariuszy i pokazywać stopień realizacji tych celów. Z tego względu co roku publikujemy raport Zrównoważonego Rozwoju. W ten sposób pokazujemy wpływ naszej działalności na otoczenie oraz tworzenie wartości w perspektywie krótko i średnio i długoterminowej.

Temat	Miejsce w raporcie
Skład i oznakowanie produktów	wpływ na społeczeństwo / odpowiedzialność za produkt
Odpowiedzialna komunikacja marketingowa	wpływ na społeczeństwo / odpowiedzialność za produkt
Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników	wpływ na społeczeństwo / pracodawca
Wykorzystanie tworzyw sztucznych	wpływ na środowisko / opakowania i odpady
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

[102-53]
Osoba kontaktowa
Wszelkie pytania, wątpliwości lub sugestie związane z raportem oraz informacje zwrotne dotyczące szeroko rozumianych kwestii społecznej odpowiedzialności prosimy kierować na adres:

Krzysztofa Bełz
Menadżer ds. Partnerstw Zrównoważonego Rozwoju
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.

[102-55]

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Standard GRI	Strona w raporcie
102-1	Nazwa organizacji	2016	6
102-2	Opis działalności organizacji, główne marki, produkty i/lub usługi	2016	6
102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	2016	6
102-4	Lokalizacja działalności operacyjnej	2016	6
102-5	Forma własności i struktura prawna organizacji	2016	6
102-6	Obsługiwane rynki	2016	6
102-7	Skala działalności	2016	7
102-8	Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji	2016	37
102-9	Opis łańcucha dostaw	2016	12
102-10	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości	2016	Nie nastąpiły zmiany
102-11	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	2016	13
102-12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	2016	50
102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach i organizacjach	2016	50
Strategia			
102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	2016	3
Etyka i uczciwość			
102-16	Wartości organizacji, kodeks etyki, zasady i normy zachowań	2016	9
102-17	Mechanizmy umożliwiające uzyskanie porady dot. zachowań w kwestiach etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji	2016	11
Ład korporacyjny			
102-18	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy	2016	9, 14
Zaangażowanie interesariuszy			
102-40	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację raportującą	2016	49
102-41	Pracownicy objęci umowami zbiorowymi	2016	38
102-42	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy angażowanych przez organizację	2016	48
102-43	Podejście do angażowania interesariuszy włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	2016	48, 49
102-44	Kluczowe tematy i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	2016	48
Praktyka raportowania			
102-45	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	2016	56
102-46	Proces definiowania treści raportu	2016	56
102-47	Zidentyfikowane istotne tematy	2016	59
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)	2016	56
102-49	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	2016	56
102-50	Okres raportowania	2016	56
102-51	Data publikacji ostatniego raportu	2016	56

102-52	Cykl raportowania	2016	56
102-53	Dane kontaktowe	2016	59
102-54	Wskazanie czy raport sporządzono zgodnie ze Standardem GRI w opcji Core lub Comprehensive	2016	56
102-55	Indeks GRI	2016	60
102-56	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu	2016	64

Obecność na rynku i pośredni wpływ ekonomiczny

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	17
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	17
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	17
202-2	Odsetek kadry najwyższego szczebla zatrudnionej spośród lokalnej społeczności	2016	39
203-2	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny	2016	17

Praktyki zakupowe, ocena środowiskowa i społeczna dostawców

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	12
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	12
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	12
204-1	Odsetek wydatków na zakupy u lokalnych dostawców	2016	12
308-1	Nowi dostawcy, którzy zostali zweryfikowani przy wykorzystaniu kryteriów środowiskowych	2016	12
414-1	Odsetek nowych dostawców, którzy zostali poddani ocenie wg kryteriów społecznych	2016	12

Przeciwdziałanie korupcji

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	11
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	11
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	11
205-1	Działania przeanalizowane pod kątem korupcji	2016	11
205-2	Szkolenia dla pracowników i kadry menedżerskiej poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym	2016	11
205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie	2016	11

Zasoby

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	25
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	25
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	25
301-1	Materiały według wagi i objętości	2016	28
301-2	Wykorzystanie materiałow z recyclingu	2016	28
301-3	Odzyskane produkty oraz opakowania	2016	28

Energia

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	31
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	31
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	31
302-1	Zużycie energii w organizacji	2016	31

Woda i ścieki

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	29
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	29
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	29
303-2	Zarządzanie wpływem związanym z wykorzystywaniem wody	2018	29
303-3	Pobór wody	2018	30
303-5	Zużycie wody	2018	30

Emisje

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	32
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	32
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	32
305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)	2016	33
305-2	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)	2016	33
305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)	2016	33
305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	2016	34
305-5	Ograniczenia emisji gazów cieplarnianych	2016	34

Ścieki i odpady

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	25
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	25
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	25
306-3	Wytworzone odpady	2020	28

Bioróżnorodność i zgodność środowiskowa

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	24
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	24
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	24
304-1	Posiadane, wynajmowane, lub bedące w zarządzaniu lokalizacje znajdujące się w sąsiedztwie obszarów chronionych lub obszarów o wysokiej wartości w zakresie bioróżnorodności, znajdujących się poza obszarami chronionymi	2016	24
307-1	Niezgodność z prawem i regulacjami w kwestiach środowiskowych	2016	24

Zatrudnienie

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	36
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	36
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	36
401-1	Łączna liczba i odsetek nowych pracowników zatrudnionych oraz łączna liczba odejść w okresie raportowania	2016	37, 38
401-2	Świadczenia dodatkowe (benefity) zapewniane pracownikom pełnoetatowym	2016	36

Zdrowie i bezpieczeństwo

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	44
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	44
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	44
403-2	Procesy identyfikacji zagrożeń, ocena ryzyka oraz badania wypadków	2018	44
403-3	Jednostka odpowiadająca za zarządzanie bezpieczeństwem pracy	2018	44
403-6	Promocja zdrowia wśród pracowników	2018	44
403-7	Profilaktyka i ograniczanie zjawisk i zdarzeń zawodowych wpływających na zdrowie i bezpieczeństwo pracowników	2018	44
	Wskaźnik własny związany z urazami przy pracy		46
403-10	Wskaźnik chorób zawodowych	2018	46

Szkolenia i edukacja

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	41
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	41
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	41
404-1	Liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia	2016	41
404-3	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia	2016	36

Różnorodność i równe traktowanie i przeciwdziałanie dyskryminacji

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	39
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	39
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	39
405-1	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	2016	40
406-1	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji	2016	40

Produkt: zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	22
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	22
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	22
416-1	Ocena wpływu poszczególnych kategorii produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta	2016	22
416-2	Przypadki niezgodności z prawem i regulacjami w kwestiach wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	2016	21

Marketing i oznakowanie

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	2016	22
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	2016	22
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	2016	22
417-1	Obowiązki dotyczące oznakowania produktów i usług	2016	22
417-2	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnym kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach	2016	22
417-3	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnym kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej	2016	22

Fot: Niketh Vellanki (str. 6), Maxim Hopman (str. 14), Stephanie Cantu (str. 23), Nahil Naseer (str. 25), Dimitry Anikin (str. 31), Julian Gentilezza (str. 39), Mitchell Trotter (str. 50)

Weryfikacja zewnętrzna

[102-56]

OŚWIADCZENIE NIEZALEŻNEJ OCENY O ZAKRESIE OGRANICZONYM

Do: Interesariuszy Coca-Cola HBC Polska

Wstęp i cel pracy

Bureau Veritas Polska Sp. z o.o. (Bureau Veritas) została zaangażowana przez Coca-Cola HBC Polska w celu przeprowadzenia niezależnego poświadczenia Wybranych Informacji przedstawionych Raporcie Zrównoważonego Rozwoju Coca-Cola HBC Polska za rok 2021 (Raport). Poświadczenie odnosi się do danych i informacji objętych opisanym poniżej zakresem naszych prac.

Wybrane Informacje

Zakres naszej pracy był ograniczony do poświadczenia wskaźników opracowanych zgodnie z GRI Standards 2016 w wersji podstawowej: 102-1-14,16,17,18, 102-40-56, 103-1, 2, 3, 202-2, 203-2, 204-1, 205-1,2,3, 301-1,2,3, 302-1; 303-2,3,5, 304-1, 305-1,2,3,4,5, 306-2, 307-1, 308-1, 401-1,2, 404-1,3, 405-1, 406-1, 414-1, 416-1,2, 417-1,2,3 oraz GRI Standards 2018: 403- 2,3,6,5,7,10.

Nasze poświadczenie nie odnosi się do innych informacji zawartych w Raporcie.

Kryteria Raportowania

Wybrane Informacje należy interpretować w odniesieniu do standardów raportowania zrównoważonego rozwoju GRI Standards 2016 oraz 2018 w wersji dostępnej na stronie internetowej https://www.globalreporting.org.

Ograniczenia i wyłączenia

Z zakresu naszej pracy wyłączona jest ocena informacji dotyczących:

- działań realizowanych poza określonym przedziałem czasowym oceny,
- oświadczeń dotyczących obecnych lub przyszłych intencji przedstawionych przez Coca-Cola HBC Polska (wyrażonych opinii, przekonań, oczekiwań, celów),

Niniejsze poświadczenie o ograniczonym zakresie oparte jest na danych dotyczących zrównoważonego rozwoju, wybranych z wykorzystaniem podejścia bazującego na ryzyku wraz z ograniczeniami wynikającymi z takiego podejścia. Rzetelność raportowanych danych jest zależna od dokładności stosowanych pomiarów i innych, przyjętych na poziomie poszczególnych lokalizacji, rozwiązań w zakresie monitorowania, które nie były analizowane dla potrzeb sporządzenia niniejszego poświadczenia. Nie należy opierać się na niniejszym oświadczeniu niezależnej oceny w celu wykrycia wszystkich błędów, pominięć lub nieścisłości, które mogą występować.

Odpowiedzialność

Wybrane Informacje zawarte w Raporcie oraz sposoby ich prezentacji są wyłączną odpowiedzialnością Kierownictwa Coca-Cola HBC Polska

Bureau Veritas nie było zaangażowane w opracowanie Raportu ani Kryteriów Raportowania. Naszą odpowiedzialnością było:

- uzyskanie ograniczonej pewności, że Wybrane Informacje zostały przygotowane zgodnie z Kryteriami Raportowania,
- sformułowanie niezależnych wniosków opartych na przeprowadzonych procedurach poświadczania i na uzyskanych dowodach oraz
- przedstawienie naszych wniosków Kierownictwu Coca-Cola HBC Polska.

Norma Oceny

Nasza praca została wykonana zgodnie z międzynarodową normą International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 Revised, Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (obowiązującą dla poświadczania raportów od 15 grudnia 2015), wydaną przez International Auditing and Assurance Standards Board.

Podsumowanie wykonanych prac

W ramach niezależnej oceny przeprowadziliśmy:

1. ocenę stosowności Kryteriów Raportowania w odniesieniu do Wybranych Informacji;
2. wywiady z personelem Coca-Cola HBC Polska zaangażowanym w opracowanie Raportu;

Strona 1 z 2

3. przegląd procesów Coca-Cola HBC Polska dotyczących zbierania i agregowania danych zastosowanych do opracowania Wybranych Informacji, w tym ocenę założeń oraz zakresu danych i granic raportowania;
4. przegląd dokumentacji przedstawionej przez Coca-Cola HBC Polska;
5. ocenę selekcji Wybranych Informacji w odniesieniu do dokumentacji źródłowej;
6. przegląd systemów Coca-Cola HBC Polska dotyczących analizy i agregowania danych ilościowych;
7. ocenę sposobu prezentacji Wybranych Informacji w celu zapewnienia spójności z poświadczanymi informacjami.

Wnioski

W oparciu o przyjętą metodykę i wymienione wyżej działania wydajemy następującą opinię:

- Nie zidentyfikowaliśmy żadnych oznak wskazujących na to, że Wybrane Informacje nie zostały przedstawione w sposób wiarygodny we wszystkich istotnych obszarach.

Ocena w odniesieniu do GRI Standards

Bureau Veritas Polska Sp. z o.o. dokonała oceny Raportu w odniesieniu do standardów raportowania zrównoważonego rozwoju GRI Standards. Obejmowała ona badanie krzyżowe tabeli wskaźników GRI w odniesieniu do dokumentów referencyjnych w celu wydania opinii o deklarowanej wersji Raportu.

W oparciu o naszą pracę wydajemy następującą opinię:

- Raport Zrównoważonego Rozwoju Coca-Cola HBC Polska za rok 2021 został przygotowany zgodnie ze standardami raportowania zrównoważonego rozwoju GRI Standards (2016 oraz 2018) w wersji podstawowej.

Oświadczenie dotyczące niezależności, bezstronności i kompetencji

Bureau Veritas jest profesjonalną firmą usługową, która specjalizuje się w zarządzaniu jakością, bezpieczeństwem i higieną pracy, środowiskiem oraz odpowiedzialnością społeczną o ponad 190-letniej tradycji w świadczeniu usług niezależnej oceny. Zespół oceniający posiada doświadczenie w weryfikacji i ocenie informacji, systemów i procesów dotyczących środowiska, etyki, społecznej odpowiedzialności, bezpieczeństwa i higieny pracy.

Bureau Veritas wdrożyła certyfikowany[1] System Zarządzania Jakością zgodny z wymaganiami ISO 9001:2015 i utrzymuje kompleksowy system nadzorowania jakości, obejmujący udokumentowane polityki i procedury w zakresie zgodności z wymaganiami etycznymi, normami zawodowymi i wymaganiami prawnymi

Bureau Veritas wdrożyła i stosuje Kodeks Etyki, który spełnia wymagania TIC Council[2], w celu zapewnienia integralności, obiektywizmu, profesjonalizmu i należytej staranności oraz wysokiego poziomu etycznego personelu w jego codziennych działaniach zawodowych.

BUREAU VERITAS POLSKA Sp. z o.o.

Warszawa, czerwiec 2022

Witold Dżugan — Członek Zarządu

Tomasz Smorgowicz — Weryfikator wiodący

[1] Certyfikat No. 44 100 160145 wydany przez TUV NORD CERT GmbH
[2] TIC Council Compliance Code EDITION 1 December 2018

Strona 2 z 2

Coca-Cola

Coca-Cola HBC
Polska