

ZAANGAŻOWANIE W SPRAWY PUBLICZNE

Nasze podejście do kształtowania polityki publicznej

Dyskusje na temat spraw publicznych przybierają różne formy. Jedną z nich jest rzecznictwo interesu (ang. advocacy).

To jedna z metod stosowanych przez jednostki organizacyjne – w tym podmioty gospodarcze i organizacje pozarządowe – w celu zapewnienia, że ich opinie zostaną wzięte pod uwagę (lub przynajmniej wysłuchane) przez decydentów. W Coca-Cola HBC takie działania rzecznicze prowadzone są głównie za pośrednictwem organizacji branżowych, które reprezentują zarówno poszczególne firmy jak całą branżę oraz jej interesy. W wyjątkowych sytuacjach, w ograniczonym zakresie angażujemy się w bezpośrednie działania rzecznicze. Dzieje się tak, gdy nasze partnerskie stowarzyszenie branżowe zaprzestaje działalności lub nie jest w stanie spełnić naszych wymagań.

Uważamy, że przedstawienie naszych poglądów stronom, które mogą kształtować przepisy mające wpływ na naszą działalność globalną to nasz obowiązek i odpowiedzialność. Zasady, którymi kierujemy się, angażując w sprawy publiczne we wszystkich 29 krajach, w których prowadzimy działalność, reguluje nasz [Kodeks postępowania w biznesie](#) oraz [Polityka antykorupcyjna](#).

Zakres rzecznictwa interesu jest szeroki, ale koncentrujemy się przede wszystkim na następujących obszarach:

- **Produkty**, w tym regulacje np. w zakresie podatków, wymagań czy ograniczeń: wnosimy znaczący wkład w lokalną, krajową i międzynarodową gospodarkę poprzez zapewnianie miejsc pracy, inwestycje, odprowadzanie podatków i podejmowanie działań na rzecz społeczności; w związku z tym aktywnie sprzeciwiamy się dyskryminującym podatkom i przepisom, które są wymierzone w konkretne produkty;
- **Środowisko**: nieustannie dążymy do zwiększenia efektywności energetycznej i ograniczenia wpływu naszej infrastruktury produkcyjnej i dystrybucyjnej na otoczenie. Aktywnie uczestniczymy w dyskusjach na temat przepisów, które dotyczą tych obszarów. Wspieramy politykę publiczną, która reguluje kwestie zrównoważonego rozwoju związane z jakością wody, emisją dwutlenku węgla, opakowaniami, rolnictwem oraz składnikami produktów, jak i inne polityki środowiskowe oraz działania, które bezpośrednio lub pośrednio dotyczą prowadzonej przez nas działalności.

Nasze pośrednie i bezpośrednie działania z zakresu rzecznictwa interesu są zgodne z naszym zobowiązaniem do osiągnięcia zerowej emisji netto do 2040 roku. Regularnie monitorujemy, analizujemy i poddajemy ocenie nasze członkostwo w stowarzyszeniach branżowych, aby upewnić się, że wszystkie z nich realizują cele wynikające z porozumienia paryskiego. Na wypadek potencjalnych rozbieżności między stanowiskiem stowarzyszeń branżowych a postanowieniami tego traktatu w kwestii przepisów dotyczących zmian klimatycznych, opracowaliśmy ramy zgodności na poziomie wykonawczym mające zastosowanie w krajach, w których prowadzimy działalność.

- **Zdrowie i żywienie**: wykorzystujemy nasze marki i platformy marketingowe, by wspierać wybory konsumentów i zachęcać ich do prowadzenia aktywnego, zdrowego stylu życia. Konsekwentnie podkreślamy, że ukierunkowanie działań regulacyjnych na konkretne branże lub produkty nie stanowi odpowiedzi na złożony problem, jakim jest otyłość. Koncentrujemy się na dostarczaniu zdrowszych alternatyw w ramach całej oferty napojów gazowanych i niegazowanych oraz promowaniu produktów o

niskiej lub zerowej zawartości cukru i kalorii, m.in. poprzez wprowadzanie mniejszych opakowań i modyfikowanie receptur naszych napojów. Dzięki współpracy z Europejską Organizacją Producentów Napojów Bezalkoholowych (UNESDA) przyczyniamy się do rozwoju dobrowolnego kodeksu postępowania UE dotyczącego odpowiedzialnych praktyk w zakresie biznesu i marketingu w sektorze spożywczym.

Wydatki na działania z zakresu rzecznictwa interesu w 2023 roku

W 2023 roku na działalność z obszaru rzecznictwa interesu jako Grupa przeznaczyliśmy łącznie 2 630 778 euro, co stanowi 0,03% naszych rocznych przychodów netto ze sprzedaży.

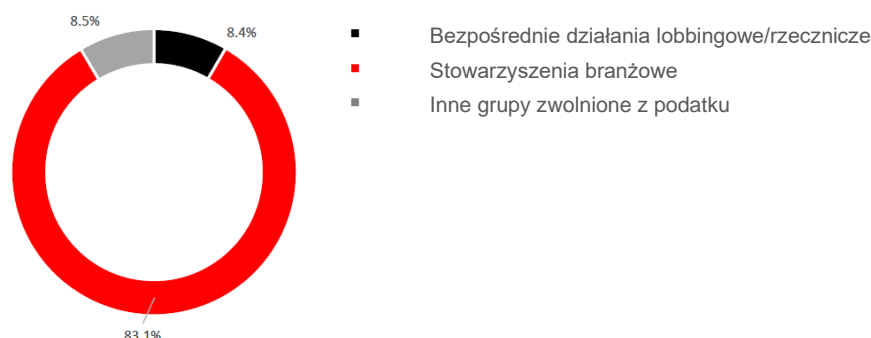
Wydatki na działania w obszarze rzecznictwa interesu w 2023 roku według segmentów



Coca-Cola HBC AG prowadzi obecnie działalność w 29 krajach, które do celów sprawozdawczych zostały podzielone na trzy odrębne segmenty:

- rynki o ugruntowanej pozycji: Austria, Cypr, Grecja, Włochy, Irlandia Północna, Republika Irlandii i Szwajcaria;
- rynki rozwijające się: Chorwacja, Czechy, Estonia, Węgry, Łotwa, Litwa, Polska, Słowacja i Słowenia;
- rynki wschodzące: Armenia, Białoruś, Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Egipt, Mołdawia, Czarnogóra, Nigeria, Macedonia Północna, Rumunia, Federacja Rosyjska, Serbia (w tym Republika Kosowa) i Ukraina.

Wydatki na działania w obszarze rzecznictwa interesu w 2023 roku według rodzajów



W 2023 roku 83% naszych działań w obszarze rzecznictwa interesu zostało podjętych za pośrednictwem stowarzyszeń branżowych – zarówno na poziomie Grupy, jak i poszczególnych krajów.

W 2023 roku Grupa nie wniosła żadnego wkładu finansowego ani rzeczowego w jakąkolwiek kampanię polityczną. Przekazywanie darowizn na cele polityczne odbywa się zgodnie z zasadami zawartymi w naszym Kodeksie postępowania w biznesie oraz Polityce antykorupcyjnej.

Stowarzyszenia branżowe

Działania rzecznicze prowadzone za pośrednictwem stowarzyszeń branżowych stanowiły w 2023 roku 83% naszej całkowitej aktywności w tym zakresie. System Coca-Cola jest członkiem różnych organizacji branżowych, między innymi tych związanych z biznesem, żywnością i napojami, opakowaniami, napojami bezalkoholowymi i wodą butelkowaną, a także izb handlowych.

Każde stowarzyszenie odgrywa określoną rolę w ramach naszej działalności – stosownie do pojawiających się wyzwań:

Główny obszar działalności stowarzyszenia	Cel stowarzyszenia i rodzaje reprezentowanych firm	Przykłady
Biznes	<ul style="list-style-type: none"> • Przedstawianie wspólnego stanowiska branży i reprezentowanie dużej grupy przedsiębiorstw (takie organizacje mogą również należeć do innych stowarzyszeń). • Takie stowarzyszenia mogą działać na rzecz promowania kwestii, które mają wpływ na wiele różnych branż (np. zmian w opodatkowaniu VAT). 	Izba Handlowa AmCham Confederation of Industrialists (Konfederacja Przemysłowców) Branded Goods association (Stowarzyszenie Wytwórców Produktów Markowych) Advertisers Association (Stowarzyszenie Reklamodawców)
Żywność i napoje	<ul style="list-style-type: none"> • Rzecznictwo w zakresie kwestii związanych z żywnością i napojami (takich jak podatek cukrowy), które mają wpływ na cały przemysł spożywczy. • Takie stowarzyszenia mają szerszy zasięg działania, wykraczający poza branżę napojów bezalkoholowych – obejmują m.in. branżę cukierniczą, przemysł piekarniczy i producentów żywności. 	Polska Federacja Producentów Żywności AIIIPA – Włochy
Napoje bezalkoholowe	<ul style="list-style-type: none"> • Reprezentowanie wyłącznie branży napojów bezalkoholowych i rzecznictwo w jej sprawach. • Od 2018 r. stowarzyszenia te dążą przede wszystkim do wypracowania jednolitego podejścia w zakresie ograniczania zawartości cukru w napojach bezalkoholowych. 	IBEC – Irlandia BSDA – Bułgaria ASSOBIBE – Włochy UNESDA – na poziomie grupy
Opakowania	<ul style="list-style-type: none"> • Rzecznictwo w kwestiach związanych z opakowaniami, takich jak metody ich odzysku i opodatkowanie opakowań. • Stowarzyszenia te reprezentują zazwyczaj producentów opakowań, podmioty zajmujące się ich napełnianiem i importerów. • Kluczowym tematem w 2022 r. był przegląd Rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych. 	CICIPEN – Czechy SLICPEN – Słowacja SEPEN – Serbia ARAM – Rumunia EUROOPEN – na poziomie grupy
Inne	<ul style="list-style-type: none"> • Wszelkie rodzaje stowarzyszeń, których nie wymieniono powyżej, a zajmują się konkretnymi kwestiami bądź reprezentują określone podbranże. 	Mineral Waters Association (Stowarzyszenie Producentów Wód Mineralnych) Spirits Association (Stowarzyszenie Producentów Napojów Alkoholowych) Juices Association (Stowarzyszenie Producentów Soków)

Regularnie monitorujemy, analizujemy i poddajemy ocenie nasze członkostwo w stowarzyszeniach branżowych, aby upewnić się, że wszystkie z nich realizują cele wynikające z porozumienia paryskiego. Taka weryfikacja jest przeprowadzana przez dyrektora ds. korporacyjnych i zrównoważonego rozwoju raz w roku – weryfikacja obejmuje wszystkie kraje, w których prowadzimy działalność.

W przypadku wystąpienia rozbieżności między stanowiskiem stowarzyszeń branżowych a założeniami porozumienia paryskiego w kwestii przepisów dotyczących zmian klimatycznych, nasze ramy zgodności, nadzorowane przez dyrektora ds. korporacyjnych i zrównoważonego rozwoju, przewidują różne możliwe działania, w tym: (a) bezpośrednią współpracę z danym stowarzyszeniem branżowym w celu znalezienia rozwiązania – przy zachowaniu wyraźnie określonych ram czasowych; (b) wydanie publicznych oświadczeń dystansujących grupę od zaistniałych rozbieżności; (c) podjęcie działań naprawczych, takich jak rezygnacja z członkostwa w danym stowarzyszeniu; i/lub (d) tworzenie proaktywnych koalicji w celu przeciwdziałania lobbingsowi (jako środek ostateczny).

Inne grupy zwolnione z opodatkowania

W listopadzie 2021 roku Coca-Cola HBC została partnerem stowarzyszonym Światowego Forum Ekonomicznego (ang. World Economic Forum, WEF). Spodziewamy się, że dzięki tej współpracy uda nam się zwiększyć poziom zaangażowania nie tylko na poziomie krajowym, ale także globalnym – za pomocą rozmaitych platform i programów. Jedną z kluczowych inicjatyw, do których dołączyła Coca-Cola HBC, jest ustanowiony przez WEF Sojusz Dyrektorów Generalnych ds. Klimatu (ang. Alliance of CEO Climate Leaders). Ta globalna społeczność dyrektorów generalnych różnych przedsiębiorstw dąży do odważnego zwiększania ambicji klimatycznych i przyspieszenia osiągnięcia zerowej emisji netto poprzez wyznaczanie celów opartych na badaniach naukowych, ujawnianie danych dotyczących emisji oraz stymulowanie dekarbonizacji i nawiązywania partnerstw w ramach globalnych łańcuchów wartości.

Udział w tej inicjatywie pozwoli nam m.in. nawiązać kontakt z liderami społeczności i zrozumieć przewidywane trendy, które mogą bezpośrednio bądź pośrednio wpłynąć na naszą działalność.

Krajowe organizacje polityczne, państwowe lub lokalne kampanie polityczne, kandydaci i komitety

W 2023 roku Grupa nie wniosła żadnego wkładu finansowego ani rzeczowego w żadną kampanię polityczną.

Główne obszary działalności w obszarze rzecznictwa interesu w 2023 roku

Temat/kwestia	Stowarzyszenie w głównej mierze odpowiedzialne za działania rzecznicze	Kwota
Odpowiedzialne działania w szkołach, zmniejszenie zawartości cukru w napojach bezalkoholowych, podawanie jasnych informacji o wartościach odżywczych	UNESDA	177 118 €
Przegląd Rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych	EUROPEN UNESDA	23 176 € (EUROPEN) Brak dodatkowych opłat (UNESDA)

Trzy największe wpłaty na rzecz stowarzyszeń branżowych w 2023 roku

Trzech największych wpłat na rzecz stowarzyszeń branżowych (nie licząc organizacji UNESDA, w przypadku której przekazana kwota została podana powyżej) dokonano we Włoszech, które w znacznym stopniu przyczyniają się do wzrostu wolumenu w Grupie:

Kraj	Stowarzyszenie branżowe	Kwota w euro
Włochy	ASSOBIBE	326 745 €
Włochy	ASSOLOMBARDA	145 189 €
Włochy	Confindustria System (provincje i organizacje: Werona, Basilicata, L'Aquila, Biella, Cuneo, Federazione Gomma Plastica)	129 650 €

Rzecznictwo bezpośrednie

W zależności od rozpatrywanej kwestii i ogólnej sytuacji, możemy angażować się w bezpośrednie rzecznictwo prowadzone przez agencje zajmujące się sprawami publicznymi. Korzystamy z ich wsparcia głównie w określonych celach komunikacyjnych, gdy nie współpracujemy z żadnym stowarzyszeniem branżowym, które mogłoby zająć się konkretną sprawą lub gdy dane stowarzyszenie nie ma możliwości lub zasobów, aby skutecznie realizować wymagane działania rzecznictwa interesu. W 2023 roku nasze wydatki na bezpośrednie rzecznictwo interesu w poszczególnych krajach wyniosły 220 495 euro. Stanowi to około 8,4% naszych całkowitych wydatków na kwestie związane ze sprawami publicznymi i 0,002% naszych przychodów netto ze sprzedaży.