

Raport Zrównoważonego Rozwoju 2019



Coca-Cola HBC
Polska

Coca-Cola

Spis treści

01

3 Wygrywamy na rynku

- 4 Coca-Cola w Polsce
- 7 Coca-Cola na świecie
- 8 Z zaangażowaniem wspieramy rozwój
każdego klienta



02

9 Pełne wykorzystanie naszego portfolio

- 10 Oferujemy zróżnicowane portfolio napojów na każdą okazję
- 12 Skład produktów i ich oznakowanie
- 14 Dążymy do zrównoważonych opakowań

03

16 Szybszy wzrost dzięki konkurencyjności i inwestycjom

04

18 Pielęgnowanie potencjału pracowników

- 18 Zawsze robimy to, co jest właściwe, a nie to, co jest łatwe
- 21 Inwestujemy w budowanie najlepszych zespołów w branży
- 23 Tworzymy środowisko pracy, w którym pracownicy czują się szanowani
- 25 Bezpieczeństwo i higiena pracy są podstawą dobrostanu pracowników i firmy
- 29 Ceniemy naszych pracowników i dbamy o nich

05

34 Potwierdzenie licencji na działanie

- 34 Budując trwałe partnerstwa możemy zrobić więcej
- 36 Wierzymy, że możemy żyć w Świecie bez Odpadów
- 39 Troszczymy się o minimalizowanie naszego wpływu na środowisko
- 47 Odpowiadamy na wyzwania i potrzeby współczesnego świata

06

54 O Raporcie



Szanowni Państwo

[102-14] [102-15]

Oddajemy w Państwa ręce raport zrównoważonego rozwoju, w którym przedstawiamy działania dwóch niezależnych, na co dzień oddzielnie raportujących spółek, tworzących system Coca-Cola w Polsce.

Coca-Cola jest obecna w Polsce od 1991 roku. Jesteśmy liderem branży napojów bezalkoholowych, zatrudniamy ponad 1800 osób, mamy trzy zakłady produkcyjne.

Mimo ugruntowanej pozycji rynkowej, stale poszukujemy nowych ścieżek rozwoju. Nasza globalna strategia „Growth Story 2025” wyznacza nam cele na najbliższe lata. Dążąc do ich osiągnięcia, w 2019 roku nasze portfolio poszerzyło się o produkty Costa Coffee wiodącego brytyjskiego producenta kawy znanego na rynkach całego świata, który został kupiony przez The Coca-Cola Company połączyliśmy jednostki biznesowe w regionie tworząc nową Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie, zainwestowaliśmy 12 mln złotych w nowe centrum logistyczne w zakładzie produkcyjnym w Staniątkach. Dzięki temu, możemy coraz lepiej odpowiadać na zróżnicowane potrzeby konsumentów w różnych kanałach sprzedaży oraz oferować produkty na każdą okazję i na każdą porę dnia.

Nie chcemy być tylko producentem napojów. Chcemy dokonywać realnych zmian. Jesteśmy w pełni świadomi problemów i wyzwań, przed którymi stoją firmy, w tym nasze spółki, we współczesnym świecie, dlatego działamy w duchu społecznej odpowiedzialności i realizujemy kompleksową strategię zrównoważonego rozwoju naszego biznesu. Wśród wielu działań, które realizujemy, naczelną rolę zajmuje ambicja World Without Waste – „Świat bez Odpadów”. Zobowiązaliśmy się, że system Coca-Cola do 2030 roku pomoże w zebraniu i recyklingu 100 procent ekwiwalentu opakowań trafiających od nas bezpośrednio do konsumenta. To więcej niż zakładają nowe Dyrektywy Odpadowe Unii Europejskiej (90% do 2030 roku). Śmiało możemy też powiedzieć, że poprzez aktywną działalność w organizacjach branżowych i dialog z decydentami, jesteśmy liderem w promowaniu zmiany systemu zarządzania odpadami opakowaniowymi w Polsce, dzięki którym będzie

możliwe w najbliższych latach zrealizowanie ambitnych celów wynikających również z unijnego prawa.

Choć Coca-Cola to marka-ikona kojarząca się z USA, nasz biznes jest mocno osadzony w Polsce. Zatrudniamy blisko 2000 pracowników, a każde miejsce w naszym systemie generuje kolejnych 7 miejsc pracy w gospodarce. Większość naszych zakupów realizujemy w Polsce. 92% napojów sprzedawanych w naszym kraju produkowane jest w naszych polskich fabrykach. Działamy na rzecz społeczności, wśród których funkcjonujemy na co dzień. Zachęcamy pracowników do wolontariatu. Wspieramy kobiety w powrocie na rynek pracy, a z myślą o młodych ludziach i osobach wykluczonych z rynku pracy rozwijamy program YEP Academy.

Publikacja naszego raportu zbiegła się w czasie ze światową pandemią COVID-2019. W tym trudnym czasie postanowiliśmy zawiesić nasze działania reklamowe oraz udzielić wsparcia tym placówkom, którym jest ono najbardziej potrzebne. Jako pierwsza firma w Polsce, wsparliśmy Fundusz Interwencyjny do walki z koronawirusem powołany przez Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Wartość całkowita naszego wsparcia dla niosących pomoc służb medycznych w kluczowej fazie pandemii w Polsce wyniosła ponad 2,6 mln złotych.

Walka z pandemią to wspólna sprawa, a my chcemy dokonać realnych zmian. Tego właśnie, możliwości dokonywania realnych zmian, sobie i Państwu życzymy, zachęcając do lektury naszego najnowszego raportu.

Jaak Mikkel

Dyrektor Generalny Coca-Cola HBC
Polska i Kraje Bałtyckie



Rory Taylor

Dyrektor Generalny Coca-Cola
Poland Services





Wygrywamy na rynku

Jesteśmy liderem rynku napojów. Nasze portfolio budowane zgodnie ze strategią 24/7 czyli oferujące napoje na wszystkie potrzeby i każdą porę dnia, szerokie grono klientów oraz zespół świetnych pracowników sprawiają, że konsumenci doceniają nasze starania.

Nasze cele

5-6%

Średni roczny wzrost
przychodów

20-40 punktów bazowych

Średni roczny wzrost marży
EBIT

do 2025

Wypełnienie naszych
zobowiązań w zakresie
zrównoważonego rozwoju

Coca-Cola w Polsce

[102-7]

15

marek

1834

pracowników

1600

aktywnych dostawców

145 000

punktów sprzedaży

 Wyniki finansowe spółek systemu Coca-Cola w Polsce są przedstawione zbiorczo w raporcie zrównoważonego rozwoju grupy Coca-Cola

Regularnie co dwa lata publikujemy raport społeczno – ekonomiczny dotyczący wpływu naszej organizacji na gospodarkę. W roku 2018 działalność spółek systemu Coca-Cola w Polsce wygenerowała:

- **2,95 mld zł** to wkład Coca-Cola w polską gospodarkę, to 0,16 % PKB.
- **1,325 mld zł** odprowadzamy rocznie do budżetu państwa, co stanowi 0,17% wszystkich wpływów budżetowych
- **74 gr z każdej złotówki** wydanej przez konsumenta na produkty Coca-Cola pozostaje w polskiej gospodarce
- **92%** produktów sprzedanych w Polsce jest wyprodukowanych w Polsce
- **16 550 stanowisk pracy** powstałych dzięki obecności spółek systemu Coca-Cola w Polsce (dzięki jednemu stanowisku pracy w spółkach systemu Coca-Cola powstaje 7 stanowisk pracy w różnych branżach w Polsce, m.in. w transporcie, cukrownictwie, rolnictwie i handlu)
- **1 mld zł** wyniosła nasze inwestycje w Polsce w latach 2010 - 2020 r.

 Zobacz też: Raport G4 GRI

 Raport Zrównoważonego Rozwoju

Jak działa system Coca-Cola

W każdym z ponad 200 krajów, w których jest obecna, Coca-Cola działa w oparciu o system dwóch spółek; właściciela marek (The Coca-Cola Company) oraz spółki-rozlewcy, odpowiedzialnej za produkcję, dystrybucję i sprzedaż napojów. Podobnie jest na naszym rynku.

Nasze spółki [102-1] [102-5]

W Polsce system Coca-Cola tworzą dwie odrębne administracyjnie i prawnie spółki: Coca-Cola Poland Services Sp. z o.o. oraz Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o. Właścicielem 100% udziałów w Coca-Cola HBC jest CC Beverages Holdings II B.V. Właścicielem Coca-Cola Poland Services jest The Coca-Cola Export Corporation, której 100% udziałowcem jest The Coca-Cola Company.

[102-2] [102-6]

Coca-Cola HBC Polska jest producentem i dystrybutorem napojów – oddziałem Coca-Cola Hellenic Bottling Company i jednym z największych na świecie rozlewców napojów The Coca-Cola Company.

Spółka działa w Polsce od 1992 roku i jest jedyną na naszym rynku firmą produkującą i dystrybuującą produkty The Coca-Cola Company. Siedziba Coca-Cola HBC Polska znajduje się w Warszawie, skąd zarządzane są trzy zakłady produkcyjne spółki.



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, Wyszakowie, Ostrołęce, Gdańsku, Szczecinie, Koszalinie, Radomiu i Targowisku k. Krakowa.

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

[102-10]

W 2019 roku nastąpiło połączenie polskiej i bałtyckich jednostek organizacyjnych w jedną jednostkę biznesową Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie. Celem połączenia było stworzenie efektywnego modelu biznesowego wspierającego realizację strategii 24/7 na ww. rynkach.

[102-18]

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

Rada dokonuje przeglądu wyników Grupy w porównaniu do jej długoterminowej strategii i 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.



**Na dzień 31 grudnia
2019 r. w skład Zespołu
Zarządzającego
Coca-Cola HBC Polska
i Kraje Bałtyckie
wchodziło 10 dyrektorów:**

Jaak Mikkel

Dyrektor generalny

Kostantinos Vairlis

Dyrektor finansowy

Izabela Wanatowska

Dyrektor sprzedaży w Polsce

Darko Saravanja

Dyrektor sprzedaży w Krajach
Bałtyckich

Tomasz Krzyżewski

Dyrektor ds. prawnych

Grzegorz Lis

Dyrektor ds. marketingu

Rafał Palczak

Dyrektor Działu Rozwoju
Strategii Handlowych

Dorota Peter

Dyrektor ds.
zarządzania łańcuchem dostaw

Katarzyna Borucka

Dyrektor ds. public affairs
i komunikacji

Liza Shybanova

Dyrektor ds. HR



Nasi pracownicy

Obie spółki systemu
Coca-Cola w Polsce są
zaangażowane w tworzenia
otwartego i zróżnicowanego
środowiska pracy. Łączne
zatrudnienie w Coca-Cola
HBC w Polsce wyniosło
na koniec 2019 roku

1 834 pracowników.



[Przeczytaj też:](#)

[Pielęgnowanie potencjału
pracowników](#)

[102-8]

Liczba pracowników w Coca-Cola HBC ze względu na formę zatrudnienia

umowa o pracę na czas określony

suma	291
kobiety	103
mężczyźni	188

umowa o pracę na czas nieokreślony

suma	1543
kobiety	447
mężczyźni	1093

Liczba pracowników w Coca-Cola HBC ze względu na rodzaj zatrudnienia

umowa na cały etat

suma	1824
kobiety	540
mężczyźni	1284

umowa na 1/2 etatu

suma	4
kobiety	4
mężczyźni	0

inny wymiar etatu

suma	6
kobiety	6
mężczyźni	0

[102-9]

Nasi dostawcy

Nasza organizacja odpowiedzialnie zarządza łańcuchem dostaw. Dokładamy starań, by we wszystkich naszych procesach zminimalizować oddziaływanie spółki na środowisko przy zapewnieniu zrównoważonego rozwoju w naszym łańcuchu wartości – od zakupu surowców, poprzez produkcję produktu końcowego, a kończąc na ich dystrybucji do klientów.

Ze względu na charakter działalności, zakupy surowców dla naszej organizacji realizowane są przez spółkę Coca-Cola HBC Polska. Dodatkowo, dostawcy strategiczni, czyli dostawcy surowców, opakowań i materiałów marketingowych, są weryfikowani i autoryzowani także przez The Coca-Cola Company. Proces dodatkowej weryfikacji ma zapewnić najwyższe standardy w zakresie zrównoważonego rozwoju oraz zagwarantować zawsze ten sam smak napojów i te same wysokie parametry jakościowe produktów.

Większość naszych zakupów realizujemy lokalnie, w Polsce.

Dotyczy to również kluczowych surowców i opakowań.

Wyjątkiem są koncentraty napojów, których receptury są pilnie strzeżone i które importujemy.

[308-1] [414-1], [103-1], [103-2], [103-3]: Ocena społeczna i środowiskowa dostawców

Od naszych bezpośrednich dostawców oczekujemy nie tylko przestrzegania obowiązujących w Polsce przepisów prawa, ale również kierowania się w biznesie wartościami, które zostały podsumowane w [Programie Głównych Zasad Dla Dostawców](#). Przy zakupach strategicznych nasi dostawcy są oceniani pod kątem spełniania kryteriów środowiskowych, praw człowieka, praw pracowniczych, BHP, warunków pracy, kwestii społecznych

i środowiskowych. Korzystamy również z profesjonalnych analiz dostarczanych przez portale Sedex i EcoVadis. W 2019 roku pisemne zobowiązanie do przestrzegania Głównych Zasad Dla Dostawców zaakceptowało 100% kluczowych dostawców zarejestrowanych przez Dział Zakupów, którzy odpowiadali za 90% zamówień spółki.

W 2019 roku nasz łańcuch dostaw tworzyło ponad 1600 aktywnych dostawców.

 [Dowiedz się więcej o łańcuchu dostaw Coca-Cola HBC Polska](#)

[102-11]

Nasza organizacja stosuje Zasadę ostrożności (przezorności). Funkcjonujący w firmie system zarządzania ryzykiem korporacyjnym i sytuacjami kryzysowymi (Incident Management and Crisis Resolution, w skrócie IMCR)) pozwala odpowiednio wcześniej rozpoznawać zagrożenia i unikać niebezpiecznych sytuacji, a w przypadku kryzysu – szybko podjąć właściwe działania. W dedykowanym systemie korporacyjnym raz w miesiącu odbywa się aktualizacja mapy ryzyk, omawiana comiesięcznie na 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. z normą ISO 14001.

Coca-cola na świecie



ponad **200**
rynków



**Coca-Cola
Hellenic Bottling Company**

ponad **28** tys.
pracowników
Coca-cola HBC

ponad **590** mln
konsumentów

56 zakładów

1,9 mld szklanek
napojów Coca-Cola
wypijanych dziennie

98 centrów
dystrybucji

**Światowy system
Coca-Cola tworzy
The Coca-Cola
Company wraz z 300
partnerami, w tym
z Grupą Coca-Cola
HBC AG.**



The Coca-Cola Company jest największą i najbardziej znaną na świecie firmą z branży napojowej. Produkty firmy są dostępne w ponad 200 krajach. Główna siedziba spółki znajduje się w Atlancie w stanie Georgia w USA.

Coca-Cola Hellenic Bottling Company z kolei jest jednym z największym pod względem sprzedaży rozlewców napojów The Coca-Cola Company. Jego produkty docierają do ponad 590 mln konsumentów. Główna, międzynarodowa siedziba Grupy Coca-Cola HBC AG 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).

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.

Z zaangażowaniem wspieramy rozwój każdego klienta

Budujemy znakomite zespoły, które są prawdziwymi partnerami dla naszych klientów. Dążymy do jak najlepszych wyników, zaskakując klientów pasją i tempem działania. Uwalniamy unikalny potencjał naszych różnorodnych zespołów.

Zarządzanie relacjami i wsparcie klienta w liczbach:

- 721 pracowników Działu Sprzedaży,
- 49,7 tys. klientów w obsłudze Działu Sprzedaży Bezpośredniej
- 145 tys. klientów w obsłudze całego Działu Sprzedaży
- obsługa klienta poprzez wszystkie dostępne kanały

[102-44]

Rozmawiamy z klientami o tematach kluczowych dla nas i dla otoczenia

W październiku 2019 roku w siedzibie Coca-Cola HBC Polska odbyło się spotkanie z interesariuszami, którego uczestnicy zastanawiali się nad **metodami współpracy na rzecz zmniejszenia liczby odpadów opakowaniowych w Polsce**

oraz podnoszenia świadomości w tym zakresie. Analizowali również postawy konsumenckie i wymieniali opinie dotyczące rozwoju dobrych praktyk zwiększających efektywność odpowiedzialnej gospodarki odpadami opakowaniowymi w łańcuchu wartości.

Szeroko omawiano wyzwania dotyczące gospodarki odpadami; bariery systemowe, technologiczne oraz związane ze świadomością konsumentów. Sformułowano cztery obszary działań dla biznesu:

- oznakowanie opakowań,
- skład opakowań,
- budowanie świadomości wśród konsumentów,
- współpraca z regulatorem.

Uczestnicy spotkania zarekomendowali działania, które mogą przyczynić się do wytworzenia odpowiedzialnej środowiskowo postawy konsumenta w Polsce. Wyłoniono tematy, wokół których warto jednoczyć siły dla zwiększenia synergii działań na rzecz zmniejszenia liczby odpadów opakowaniowych.

Spotkanie zostało przeprowadzone z wykorzystaniem zasad międzynarodowego standardu dialogu z interesariuszami AA1000SES.

Sesja dialogowa 2019 w liczbach:

- 11 przedstawicieli różnych grup interesariuszy międzysektorowych i międzybranżowych,
- 5 przedstawicieli firmy,
- 4 wyłonione w dyskusji obszary, na które biznes ma największy wpływ: oznakowanie opakowań, skład opakowań, budowanie świadomości wśród konsumentów oraz współpraca z regulatorem,
- 3 rekomendacje działań, które może podjąć

Coca-Cola HBC Polska:

- udział w kształtowaniu świadomości konsumentów dot. selektywnej zbiórki odpadów,
- zaangażowanie się w tworzenie legislacji wspierających efektywną gospodarkę odpadami,
- wspieranie innowacji służących środowisku.



W dialogu tworzą się rozwiązania

Obok rekomendacji dotyczących efektywnego systemu gospodarowania odpadami oraz zamykania obiegu na drodze dialogu z naszymi interesariuszami wyłoniła się idea **Zielonego Paktu** – porozumienia, które byłoby efektem współpracy producentów, dystrybutorów oraz sieci handlowych, a także partnerów społecznych.

Pełne wykorzystanie naszego portfolio

Posiadamy zróżnicowane portfolio produktów. Staramy się, aby były one jak najbardziej przyjazne dla środowiska – zarówno jeśli chodzi o sam produkt, jak i opakowanie. Zmniejszamy kaloryczność naszych produktów, aby oferować konsumentom jeszcze szerszy wybór produktów dopasowanych do ich potrzeb.

**Oferujemy zróżnicowane portfolio
napojów na każdą okazję**

**Nasz cel: Pełne dopasowanie naszego portfolio
24/7 do potrzeb konsumentów**

**Nasze produkty to szeroka gama produktów
dla każdego.**



**Nasze portfolio
produktowe:
15 marek**



**Jesteśmy liderem branży napojów
bezalkoholowych w Polsce.**

Oferujemy szeroki wybór napojów słodzonych, niskosłodzonych oraz nieposiadających cukru w różnych wariantach opakowań dostosowanych do stylu życia naszych konsumentów. Mamy:

9,2%

**udział w rynku napojów
bezalkoholowych pod
względem wielkości
sprzedaży**

15,9%

**udział w rynku napojów
bezalkoholowych pod
względem wartości
sprzedaży**

Jakość produktów jest dla nas najważniejsza

[103-1]: Produkt: Zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta, marketing i oznakowanie

**Nasze produkty spełniają wysokie standardy jakości
i bezpieczeństwa żywności. Dbamy o to poprzez
przestrzeganie** przepisów oraz regulacji wewnętrznych,
do których należą:

- **Polityka w zakresie jakości i bezpieczeństwa żywności**

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

- **Program głównych zasad dla dostawców**

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

- **Stanowisko w kwestii organizmów modyfikowanych genetycznie**

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

 [Przeczytaj też: Polityki](#)

Nasze napoje spełniają wszystkie wymogi prawa, a w wielu obszarach je przewyższają. Stosujemy certyfikacje zewnętrzne oraz nasze wewnętrzne polityki.



[416-1], [103-2], [103-3]: Produkt: Zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta, marketing i oznakowanie



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 3 lata, a corocznie są poddawane audytowi.

ISO 14001

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

EWS

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

PAS 220:2008

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

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.

OHSAS

Wszystkie trzy zakłady produkcyjne Coca-Cola HBC Polska otrzymały też certyfikat OHSAS 18001 pozwalający zapewnić najwyższe standardy bezpieczeństwa pracy w zakładach.

 [Przeczytaj więcej](#)

[416-2]

Wysokie standardy jakości i bezpieczeństwa żywności, a także przestrzeganie przepisów i regulacji wewnętrznych, przynoszą spodziewane efekty. W 2019 roku w polskich spółkach systemu Coca-Cola nie odnotowano żadnych przypadków niezgodności z prawem i regulacjami w kwestiach wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo.



Skład produktów i ich oznakowanie

W 2019 roku napoje
o obniżonej lub zerowej
zawartości cukru stanowiły

34 %

naszego portfolio.

Mamy portfolio napojów
na każdą okazję

Nasza oferta w 2019 r. obejmowała m.in. produkty:

- [z obniżoną zawartością cukru](#) (np: Coca-Cola Zero Cukru, Powerade Zero)
- gazowane
- [roślinne](#)
- [wody mineralne](#)
- izotoniczne dla sportowców (Powerade)
- napoje energetyczne
- napoje herbaciane
- soki

Nasze cele:

- **Obniżenie zawartości cukru dodanego w napojach o 10% do 2020 roku w porównaniu z rokiem 2015.**
- **Obniżenie kaloryczności o 25% na 100 ml bezalkoholowych napojów gazowanych.**
- **100% głównych składników pochodzących z upraw prowadzonych wg zasad zrównoważonego rolnictwa.**

[417-1]

GDA

GDA (z ang. Guideline Daily Amounts, wskazane dzienne spożycie) to system znakowania stosowany się na opakowaniach produktów żywnościowych i napojów, informujący o dziennym zapotrzebowaniu człowieka na energię (kalorie) oraz podstawowe składniki odżywcze. Wartości GDA wyrażane są w procentach Wskazanego Dziennego Spożycia. Informacja GDA na opakowaniach pozwala dobrać produkty w taki sposób, by jak najlepiej zbilansować codzienny jadłospis..

 [Przeczytaj więcej](#)

Traffic Lights

Od 2018 roku testujemy dodatkowe, kolorystyczne oznaczenie wartości odżywczych. System oznaczeń wzorowanych na kolorach światel ulicznych (ang. Traffic Lights Labelling System) umieszczony z przodu opakowania w przystępny i 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 (referencyjna dzienna wartość spożycia dla przeciętnej osoby dorosłej to 8 400 kJ/2 000 kcal).

Stosowane przez nas oznaczenia mają pomóc konsumentom w dokonywaniu bardziej świadomych wyborów dla zbilansowanej diety.

 [Zobacz też: Odpowiedzialna produkcja i konsumpcja](#)

 [Zobacz: Polityka odpowiedzialnego marketingu](#)

Szczególną uwagę w komunikacji marketingowej zwracamy na dzieci, które mogą być odbiorcami wielu komunikatów.

Z tego powodu nie umieszczamy żadnych reklam w programach i pismach oraz stronach internetowych kierowanych bezpośrednio do dzieci poniżej 12. roku życia.

W placówkach oświatowo-wychowawczych nie prowadzimy sprzedaży ani promocji naszych produktów za wyjątkiem wody, soków 100% oraz produktów marki AdeZ (napoje roślinne z dodatkiem soków owocowych wzbogacane w witaminy lub składniki mineralne, niezawierające cukrów dodanych, tylko naturalnie występujące cukry z owoców i baz roślinnych oraz glikozydy stewiolowe pochodzące z liści stewii).

[417-2] [417-3]

W 2019 roku w naszych spółkach nie stwierdzono żadnych przypadków niezgodności z regulacjami, dobrowolnym kodeksami oraz zasadami komunikacji marketingowej dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach.

Lodówki dla napojów bez kalorii

W lipcu 2019 roku Coca-Cola jako pierwszy producent w Polsce wprowadziła do sklepów lodówki dedykowane wyłącznie wariantom napojów bez kalorii, dzięki którym napoje są dostępne na wyciągnięcie ręki. W 43 wybranych placówkach sprzedaży w 24 polskich miastach pojawiły się maszyny dedykowane napojom bez cukru. Akcja jest zgodna ze zobowiązaniem spółki do ograniczenia zawartości cukru w produktach, bowiem w ramach współpracy z Europejską Organizacją Producentów Napojów Bezalkoholowych (UNESDA), której jesteśmy członkiem, zobowiązaliśmy się do obniżenia całkowitej zawartości cukru w swoich produktach o 10% do 2020 roku. Wprowadzenie do sklepów osobnych lodówek dla napojów bez cukru jest również odpowiedzią Coca-Cola na potrzeby konsumentów, którzy podczas swoich wyborów w pierwszej kolejności kierują się kalorycznością napoju.

Komunikacja marketingowa produktów systemu Coca-Cola jest traktowana z największą odpowiedzialnością.

W praktyce oznacza to rzetelne informowanie konsumentów o składzie produktów, tj. zawartości poszczególnych składników odżywczych, a także zgodność naszej komunikacji z obowiązującymi przepisami oraz z naszą Polityką odpowiedzialnego marketingu.



Dążymy do zrównoważonych opakowań

Nasz cel: Do 2025 roku 35% wszystkich butelek PET będzie pochodziło z materiału PET z recyklingu i/lub z materiałów odnawialnych. Docelowo do recyklingu będzie zdadne 100% opakowań konsumenckich.



Polityka w zakresie gospodarowania odpadami opakowaniowymi

Do stałego podnoszenia skuteczności działań na rzecz ochrony środowiska w dziedzinie opakowań i odpadów opakowaniowych zobowiązuje nas Polityka w zakresie gospodarowania odpadami opakowaniowymi.

 [Zobacz też: Polityka](#)

[103-1], [103-2], [10-3]: Zasoby i odpady

Chcemy tworzyć Świat bez Odpadów

Zgodnie z założeniami globalnej ambicji Coca-Cola „Świat bez Odpadów”, do 2030 roku zamierzamy zebrać i poddać recyklingowi ekwiwalent 100 proc. opakowań, które trafiają od nas bezpośrednio do konsumentów.

 [Więcej na temat Świata bez Odpadów](#)

[306-2]

	Jednostka	2019	2018
Recykling odpadów	%	99,79	99,7
Odpady wytworzone w zakładach	T	6 324,86	5 872,77
Odpady przekazane na składowisko	T	0,01344	11,58

Ambitne cele

Już dziś **prawie 100% naszych opakowań nadaje się do recyklingu** (poza butelkami napojów Adez, w których do PET dodana jest folia PCV; folia musi zostać oderwana wzdłuż perforacji, żeby butelka w pełni nadawała się do recyklingu).

[301-3]

Procent odzyskanych produktów dla danej kategorii produktowej w 2019 roku

PET	30,70%
Opakowania z tworzyw sztucznych ogółem	32,40%
Opakowania z aluminium	51,10%
Opakowania szklane	75,90%

Źródło: Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań

Redukcja zużycia materiałów w związku z programem zmniejszania wagi butelek Lightweight*

	Ilość użyta do produkcji (w sztukach)	Redukcja zużycia (w g/szt.)	Łączna redukcja zużycia (w kg)	Redukcja zużycia (w tonach)
Preforma dla butelki Coca-Cola 0,5	42 811 420	0,8	34 249,136	34,25
Preforma dla butelki Coca-Cola 0,85 oraz LTW dla formatów 1,0 l	92 610 866	3,7	77 857,1	233,57
Preforma dla formatów butelek 1,5 l	92 610 866	3,7		342,66
Wieczko do puszeki	219 172 913	0,28		61,37

Technologia KeelClip™

W listopadzie 2019 roku Coca-Cola HBC rozpoczęła akcję wprowadzania w całej Europie technologii KeelClip™ – papierowego rozwiązania do pakowania zbiorczego puszek. Nowy rodzaj opakowania zbiorczego zastąpi folię wykorzystywaną przy puszkach i umożliwi zużycie mniejszej ilości papieru. W ramach inicjatywy **Coca-Cola HBC do końca 2021 roku przestanie używać na rynkach Unii Europejskiej folii termokurczliwej do wszystkich opakowań zbiorczych zawierających do 8 puszek.**

Wprowadzenie na rynek papierowego opakowania jest efektem współpracy spółek Coca-Cola z firmą Graphic Packaging International (twórca technologii KeelClip™).

KeelClip w liczbach:

- 15 mln euro przeznaczonych na inwestycję na rynkach UE,
- 2 tys. ton zaoszczędzonego plastiku rocznie,
- 3 tys. ton CO₂ niewyemitowanego rocznie.

Papierowa butelka

Coca-Cola dołączyła do grona firm współpracujących z Paboco (Paper Bottle Company) – wynalazcą i producentem papierowych butelek. Duński start-up rozpoczął prace nad innowacyjną papierową butelką w 2015 roku. Celem jest stworzenie pierwszej

w swoim rodzaju w pełni biodegradowalnej i nadającej się do recyklingu butelki papierowej, którą można wykorzystać jako opakowanie do napojów lub produktów kosmetycznych. Technologia wytwarzania papierowych butelek jest jeszcze na wczesnym etapie rozwoju. Przed producentami papierowej butelki w dalszym ciągu stoją wyzwania projektowe, wśród których jednym z najważniejszych jest dostosowanie wszystkich parametrów do produkcji na dużą skalę.

 [Przeczytaj też: Papierowa butelka projekt Coca-Cola Paboco](#)

Pierwsza na świecie butelka z plastiku odzyskanego z morza

W listopadzie 2019 roku Coca-Cola zaprezentowała prototyp butelki wykonanej w 25 proc. z plastiku z oceanów. To pierwsza w historii plastikowa butelka wykonana z odpadów morskich, które zostały poddane recyklingowi i ponownie wykorzystane w opakowaniach na żywność i napoje. Wyprodukowane opakowania są efektem badań Coca-Cola nad rewolucyjnymi technologiami, jakie firma prowadzi w ramach swojej ambicji „Świat bez Odpadów”.

 [Przeczytaj też: Pierwsza butelka z plastiku odzyskanego z morza](#)

Szybszy wzrost dzięki konkurencyjności i inwestycjom

Chcemy nie tylko odpowiadać na globalne trendy, ale również je wyznaczać. Stale pracujemy nad innowacyjnymi rozwiązaniami, które pozwolą nam usprawnić działania oraz minimalizować nasz wpływ na środowisko.

Nasz cel: Szybszy wzrost dzięki konkurencyjności i inwestycjom.

Przekształcamy i wprowadzamy do naszego biznesu innowacje i cyfryzację, by móc odpowiadać na przyszłe wyzwania.

Rozbudowa Centrum Logistycznego w Staniątkach

W kwietniu 2019 r. Coca-Cola HBC Polska otworzyła w zakładzie produkcyjnym w Staniątkach k. Niepołomic (region małopolski) centrum logistyczne o powierzchni 4700 m². Zakład w Staniątkach działa od 1993 roku i ma ponad 180 tys. m². Ma 5 linii produkcyjnych, co umożliwia wytwarzanie wszystkich napojów gazowanych Coca-Cola na dwóch liniach PET oraz liniach: szklanej, puszkowej i BIB (Bag In Box). Zatrudnia ponad 300 osób i współpracuje z ok. 4 tys. klientów z regionu małopolskiego.

Elektroniczny system zamówień

W 2019 roku wdrożyliśmy elektroniczny system zamówień. Wdrożenie usprawniło naszą sprzedaż, pozwoliło zredukować ilość zużywanego paliwa oraz papieru, a przede wszystkim przełożyło się na znaczący wzrost satysfakcji klientów.

 [Przeczytaj też: Coca-Cola HBC Polska z nowym centrum logistycznym](#)

Elektroniczny system zamówień – najważniejsze korzyści:

- dostęp 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu,
- intuicyjne zamawianie produktów,
- czytelny przegląd asortymentu – fotografie produktów,
- możliwość sprawdzania dostępności zamówionych produktów,
- informacje o aktualnych promocjach,
- historia zakupów,
- podgląd faktur online,
- dedykowana aplikacja na smartfony CCH B2B Shop

 [Zobacz także: E-sklep](#)

Zakup Costa Coffee

W styczniu 2019 r. The Coca-Cola Company nabyła Costa Coffee, wiodącego brytyjskiego producenta kawy znanego na rynkach całego świata. Transakcja była odpowiedzią firmy na zróżnicowane potrzeby klientów i konsumentów w różnych kanałach sprzedaży. Coca-Cola HBC podpisało osobną umowę z Costa Coffee dotyczącą dystrybucji i sprzedaży kawy w ziarnach, kapsułkach do ekspresów oraz automatów do biur. Poszerzenie oferty o kawę jest spójne z wizją Coca-Cola HBC – jako lider rynku napojów bezalkoholowych chcemy oferować produkty na każdą okazję i na każdą porę dnia. Ponadto, sprzedaż kawy jest jednym z najszybciej rosnących biznesów związanych ze sprzedażą napojów pod względem przychodów i zysków.

„Rynek kawy w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie i ma olbrzymi potencjał, ponieważ Polacy coraz chętniej spożywają kawę poza domem. Jest to trzeci największy rynek dla Costa Coffee, posiadającej sieć ponad 150 kawiarni. Już w czerwcu tego roku dzięki współpracy Coca-Cola z Costa Coffee do sprzedaży trafiły u nas nowe produkty gotowe do spożycia, które, oprócz kawiarni, będą dostępne w ok. 650 punktach sieci Lagardere (m.in. Inmedio, Relay, 1 Minute). A to dopiero początek naszej drogi w segmencie kawy”.

Jaak Mikkil, dyrektor generalny Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie

Wspieramy start-upy

Wspierając w rozwoju młode firmy tworzące unikatowe

rozwiązania w obszarze marketingu, nowych technologii oraz zrównoważonego rozwoju, w 2019 roku dołączyliśmy do 3. edycji programu akceleracji MIT Enterprise Forum CEE.

W ramach programu poszukujemy start-upów, które nie tylko chcą odnosić sukcesy i osiągać zyski, ale też których działalność może odpowiadać na wyzwania zrównoważonego rozwoju współczesnego świata. Start-upy otrzymają pomoc w rozwoju biznesu w Polsce oraz szansę na pilotażowe wdrożenie projektu w kwocie do 200 tys. zł. Pierwsze spotkanie Coca-Cola Open Doors Day x MIT EF CEE odbyło się 13 grudnia w siedzibie Coca-Cola HBC Polska w Warszawie.

Świat stoi dziś przed ogromnymi wyzwaniami takimi jak problem z gospodarką opakowaniową, zasobami wodnymi oraz zmianami klimatycznymi. Świadomi tego, jaką rolę odgrywają w gospodarce i społeczeństwie tak duże firmy, jak nasza, chcemy być częścią rozwiązań odpowiadających na obecne wyzwania.

Grzegorz Lis, Dyrektor Marketingu Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie

 [Zobacz zaproszenie do projektu](#)

Wymiana lodówek

W 2019 roku przeprowadziliśmy u naszych klientów sukcesywną wymianę tych lodówek, których cykl życia dobiega końca, na modele energooszczędne. Łącznie wymienionych zostało 6587 urządzeń, co pozwoliło na redukcję zużycia energii o 12 524 376,4 MWh i zmniejszenie emisji CO₂ o 9 919 306,11 kg w skali roku.

Innowacyjna mobilna gra YEP

Jako uzupełnienie programu Youth Empowered (YEP), systemowej inicjatywy edukacyjnej stworzonej z myślą o młodych niepracujących osobach, powstała aplikacja YEP – gra edukacyjna mająca pomóc młodym ludziom poznać ich kluczowe kompetencje oraz wejść na rynek pracy. Gra jest nowoczesnym narzędziem – doskonale odpowiada na współczesne trendy, edukując poprzez rozrywkę i wspierając w zdobywaniu kompetencji w innowacyjny sposób.

 [Więcej o programie YEP](#)





Pielegnowanie potencjału pracowników

Wierzemy, że sukces jest możliwy tylko w dobrym i różnorodnym zespole zmotywowanych pracowników. Dlatego naszą kulturę korporacyjną opieramy o jasno zdefiniowane wartości i wspieramy rozwój pracowników.

Zawsze robimy to, co jest właściwe, a nie to, co jest łatwe

Bierzemy odpowiedzialność za nasze działania. Ogromne znaczenie ma dla nas przestrzeganie zasad ładu korporacyjnego i etyki oraz przeciwdziałanie korupcji.

[102-16], [103-1]: Zgodność i przeciwdziałanie korupcji

Kodeks Etyki w Biznesie Coca-Cola HBC Polska

Dokument precyzuje oczekiwania firmy dotyczące działania pracowników zgodnie z wartościami Coca-Cola HBC Polska, obowiązującymi przepisami prawnymi oraz najwyższymi standardami branżowymi. Omawia sposób, w jaki powinny być prowadzone relacje z klientami, dostawcami i konsumentami, urzędnikami publicznymi oraz podmiotami konkurencyjnymi.

Zapisy Kodeksu dotyczą m.in.:

- dbałości o jakość produktów,
- bezpieczeństwa i higieny pracy,
- ochrony informacji,
- potencjalnych konfliktów interesów,
- braku akceptacji dla jakichkolwiek form korupcji i łapownictwa.

Kodeks Antykorupcyjny Coca-Cola HBC Polska

Kodeks zawiera wytyczne dotyczące sposobów unikania zachowań noszących znamiona łapownictwa lub korupcji.

Wymienione w nim wymagania i procedury mają na celu zapewnienie zgodności działań wszystkich jednostek organizacyjnych z obowiązującymi przepisami prawnymi.

 [Zobacz: Kodeks antykorupcyjny](#)

Kodeks postępowania Coca-Cola Poland Services

Kodeks postępowania to główny dokument regulujący kwestie

ładu korporacyjnego w Coca-Cola Poland Services. Reguluje wiele zasadniczych dla spółki kwestii, m.in. takie jak:

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

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

[102-17], [103-2], [103-3]: Zgodność i przeciwdziałanie korupcji

Wypracowaliśmy mechanizmy umożliwiające uzyskanie porady oraz zgłoszenie naruszeń w kwestiach etycznych i prawnych.



Speak Up Line w Coca-Cola HBC Polska

Osoby poszukujące informacji lub porady w kwestii tego, czy określone zachowania są etyczne, zgodne z prawem oraz zasadami organizacji, a także osoby chcące zgłosić nieetyczne zachowania, mogą skierować zapytanie do pracownika działu prawnego lub COBC menedżera lub wypełnić dokumenty firmowe.

Zgłoszenia naruszeń kodeksów spółki można dokonać w sposób poufny, poprzez specjalną linię **Speak Up Line**. Zgłoszenia można dokonać online lub telefonicznie. Spółki Coca-Cola zobowiązały się do ochrony pracowników przed jakimikolwiek represjami mogącymi wynikać ze zgłoszenia zastrzeżeń.

EthicsLine w Coca-Cola Poland Services

Naruszenia przyjętych zasad powinny być zgłaszane przełożonym, lokalnym specjalistom ds. etyki, do Biura etyki i przestrzegania zasad lub za pośrednictwem serwisu **EthicsLine**.

Osoba zgłaszająca ma zapewnioną anonimowość w granicach dopuszczanych przez prawo oraz ochronę przed potencjalnymi działaniami odwetowymi.

W 2019 roku o porady w kwestiach etycznych zwrócili się 254 osoby. Poprzez Speak Up Line wpłynęło 13 zgłoszeń. 92% z nich zostało rozwiązane, a 8% (1 zgłoszenie) w momencie publikacji niniejszego raportu było w trakcie rozpatrywania. Spośród zgłoszonych 13 spraw 7 uznano za bezpodstawne.

Zgłoszenia dotyczące kwestii etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji dokonane przez SpeakUp Line w 2019 roku

	Liczba zgłoszeń
Zgłoszenia	
Całkowita liczba zgłoszeń	13
Zgłoszenia w podziale na kategorie	
Zwalczanie przekupstwa i korupcji	1
Dokumentacja biznesowa i finansowa	3
Konflikt interesów	3
Sprawiedliwe traktowanie pracowników	5
Inne	1
Zapytania – prośby o poradę	
Całkowita liczba zapytań – prośb o poradę	254



Program Głównych Zasad Dla Dostawców

Zarządzamy kwestiami etycznymi również w naszym łańcuchu dostaw. Chcemy, by nasi bezpośredni dostawcy kierowali się w biznesie bliskimi nam wartościami. W tym celu sformułowaliśmy Program Głównych Zasad Dla Dostawców, w którym wymienione zostały wartości istotne dla Coca-Cola HBC Polska i wymagane przez naszą spółkę od dostawców. Nasi dostawcy są zobligowani do potwierdzenia, że ich systemy zarządcze oraz praktyka działań operacyjnych gwarantują przestrzeganie naszych zasad. Ponadto, w ramach zakupów strategicznych zobligowani jesteśmy do współpracy z dostawcami certyfikowanymi przez Ecovadis. Nasza spółka zastrzega sobie prawo do przeprowadzenia audytu dostawcy przy wsparciu niezależnego podmiotu, a także prawo do unieważnienia kontraktów z dostawcą, który nie może zapewnić przestrzegania zasad. Program Głównych Zasad Dla Dostawców zawiera też adres, pod który dostawca może zgłosić jakiegokolwiek nieprawidłowości etyczne zachodzące w toku współpracy z nami.

[205-3]

Liczba potwierdzonych przypadków korupcji w raportowanym okresie wyniosła 0. W 2019 roku do spółki wpłynęło, poprzez Speak Up Line, 1 zgłoszenie dotyczące zachowania korupcyjnego. Na dzień publikacji niniejszego raportu trwało dochodzenie w sprawie zgłoszenia. W raportowanym okresie nie odnotowano publicznych postępowań wobec organizacji lub pracowników organizacji dotyczących korupcji.

[205-2]

Każdy pracownik Coca-Cola HBC Polska co dwa lata, a każdy nowy pracownik na początku pracy, przechodzi szkolenie dotyczące Kodeksu Postępowania w Biznesie i Polityki Antykorupcyjnej. Pracownicy Coca-Cola Poland Services odbywają szkolenia przypominające, skoncentrowane na wybranym aspekcie etyki, raz na rok. W rezultacie 100% naszej załogi ma aktualne szkolenia.

Tydzień Etyki i Zgodności

Tydzień Etyki i Zgodności to inicjatywa mająca na celu rozwijanie wśród pracowników Coca-Cola HBC Polska wiedzy z obszaru etyki, praw człowieka i zasad *compliance* dotyczących respektowania regulacji prawnych i funkcjonowania w zgodzie z obowiązującymi normami w celu ochrony reputacji oraz uniknięcia ryzyka strat finansowych. To program aktywności edukacyjnych połączony z serwisem wiedzy, poświęcony kwestiom etycznym i zasadom *compliance*.

Inwestujemy w budowanie najlepszych zespołów w branży.

[103-1], [103-2], [103-3]: Zatrudnienie i rozwój

Wierzymy w naszych ludzi i z pasją dbamy o ich rozwój.

Współpracujemy, aby uwolnić unikalny potencjał naszych różnorodnych zespołów. Dopasowana do potrzeb oferta programów rozwojowych i szkoleń pozwala nam przyspieszać rozwój kompetencji pracowników, odkrywać ich zdolności, budzić ambicje oraz podnosić poziom satysfakcji z pracy.

[404-1]

Liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika wg struktury zatrudnienia* (w h)

Płeć

Kobiety	30,10
Mężczyźni	69,31

Kategoria zatrudnienia

Kadra wyższego szczebla	42,07
Kadra średniego szczebla	57,51
Specjaliści	35,34
Pozostali pracownicy	179,30

*Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadających na pracownika została wyliczona jako iloraz całkowitej liczby godzin szkoleniowych, w których wzięli udział pracownicy, i całkowitej liczby pracowników

[404-2]

Nasze programy rozwojowe obejmują pracowników na różnych stanowiskach.

ODP – Plan rozwoju dla Operatora

Plan rozwoju dla Operatora to program, którego celem jest przygotowanie nowych pracowników do pełnienia funkcji operacyjnych oraz rozwijanie kompetencji pracowników z dłuższym stażem pracy. Program składa się z trzech poziomów, z których każdy jest zaliczany w dwóch obszarach. Poziom pierwszy jest obligatoryjny dla każdego operatora. Kolejny poziom, technika, jest rekomendowany dla pracowników o stażu pracy powyżej dwóch lat.

Program ODP w liczbach:

- 375 pracowników produkcyjnych i 90 pracowników działu zapewnienia jakości objętych programem,
- 19 osób certyfikowanych w Polsce w 2019 roku,
- 290 certyfikowanych pracowników od początku istnienia programu.

Fast Forward

Fast Forward to trzy programy rozwojowe w Coca-Cola HBC:

- Self2Others,
- Others2Managers,
- Managers2Function.

Programy te mają na celu:

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

pracownika o wysokim potencjale do awansu i skrócić czas potrzebny mu na osiągnięcie oczekiwanych wyników po tej zmianie.

Coca-Cola HBC jako pracodawca jest źródłem inspiracji i możliwości ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

Tworzymy programy rozwojowe, które koncentrują się nie tylko na pobudzaniu zdolności przywódczych i doskonaleniu umiejętności sprzedażowych, ale także na zapewnieniu odpowiedniego środowiska rozwojowego, pozwalającego uwolnić potencjał dalszego rozwoju kariery. Dzięki temu mamy wiele przykładów karier rozpoczynanych od stanowiska młodszego specjalisty ds. rozwoju rynku, w których kolejnymi etapami są stanowiska menedżerów wyższego szczebla, dyrektorów oraz członków zespołu zarządzającego, a nawet dyrektora generalnego.

Liza Shybanova, dyrektor ds. HR na Polskę i Kraje Bałtyckie w Coca-Cola HBC



Praca z talentami 70:20:10

W pracy z talentami Coca-Cola HBC Polska kieruje się zasadą 70:20:10, gdzie:

- 70% stanowią zadania praktyczne związane z pracą (prowadzenie projektu, przejmowanie obowiązków przełożonego),
- 20% to nauka od innych (spotkania mentoringowe, sesje warsztatowe z innymi talentami),
- a 10% to szkolenia formalne (umiejętność zarządzania projektami, komunikacja, wywieranie wpływu, umiejętność autoprezentacji itp.).

Coca-Cola University

Pracownicy Coca-Cola Poland Services mają dostęp do bogatej oferty szkoleń bezpośrednich i on-line w ramach Coca-Cola University, czyli rozbudowanej platformy szkoleniowej. The Coca-Cola Company podjęła również współpracę z LinkedIn Learning, dzięki czemu wszyscy pracownicy na całym świecie mają dostęp do szerokiej gamy ponad 5000 szkoleń on-line dostępnych w 7 językach.

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

Mentoring

Nasza firma koncentruje się na wszechstronnym rozwoju kadr. Służy temu m.in. program menedżerski dla studentów

Coca-Cola Experience. Program pozwala nam dzielić się wiedzą i doświadczeniem z młodymi ludźmi wchodzącymi na rynek pracy. Jego uczestnicy mogą liczyć na profesjonalną asystę ekspertów oraz menedżerów, wspierających w nabywaniu umiejętności niezbędnych przyszłym liderom.

Wolontariat pracowniczy

Rozwój pracowniczy w Coca-Cola to nie tylko szkolenia i kursy – to także wspieranie rozwoju pozazawodowego. Dbamy o to, by nasi pracownicy stanowili swoistą wspólnotę i tworzyli wartość dodaną dla otoczenia. Wspieramy wolontariat pracowniczy; akcyjny, projektowy i kompetencyjny (np. Youth Empowered Program).

 [Przeczytaj także: Nasi pracownicy angażują się na rzecz lokalnych społeczności.](#)

[404-3]

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

Tworzymy środowisko pracy, w którym pracownicy czują się szanowani

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

Nasz cel: 50 proc. stanowisk kierowniczych zajmowanych przez kobiety do 2025 roku.

Poszanowanie praw człowieka i różnorodności

...to ważne cechy dobrze działającej organizacji. W organizacji międzynarodowej, jaką jest Coca-Cola, bez równości i różnorodności trudno jest wyobrazić sobie efektywną pracę. W różnorodności dostrzegamy naszą siłę, a wszystkie główne polityki Coca-Cola odnoszą się do kwestii poszanowania praw człowieka.

Polityka praw człowieka Coca-Cola

Dokument zawiera ogólne wytyczne dotyczące przestrzegania praw człowieka w Coca-Cola. Omawia takie kwestie jak:

- poszanowanie praw człowieka,
- zaangażowanie społeczności i interesariuszy,
- różnorodność oraz integrację,
- swobodę zrzeszania się i porozumień zbiorowych,
- bezpieczeństwo i dobre samopoczucie w miejscu pracy,
- zapobieganie pracy przymusowej,
- przeciwdziałanie handlowi ludźmi oraz pracy nieletnich,
- godziny pracy, zarobki i świadczenia,
- prawo do ziemi i zasobów wody,
- zdrowy styl życia.

W dokumencie zostały również wskazane kanały kontaktu i zgłaszania nieprawidłowości.

 [Szczegóły tutaj](#)

Karta Różnorodności

W maju 2018 roku Coca-Cola HBC Polska podpisała Kartę Różnorodności. Karta Różnorodności – stworzona przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu – jest pisemną deklaracją pracodawców, którzy zobowiązują się do wprowadzenia zakazu dyskryminacji w miejscu pracy i podejmowania działań na rzecz tworzenia i promocji różnorodności oraz wyrażają gotowość organizacji do zaangażowania wszystkich pracowników i pracownic oraz partnerów biznesowych w te działania. Jest to publiczne zobowiązanie do promocji polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy. Kartę Różnorodności podpisało już 275 organizacji działających w Polsce.

 [Więcej o Karcie Różnorodności](#)

Wspieranie kobiet

Wraz z Fundacją Sukcesu Pisanego Szminką Coca-Cola angażuje się w zwiększanie konkurencyjności kobiet na rynku pracowniczym, wyrównywanie szans i zmniejszanie dysproporcji. Od 2016 roku działa program aktywizacji zawodowej kobiet Sukces TO JA.

 [Przeczytaj też](#)

Równe i sprawiedliwe traktowanie

Przejrzysty system ocen i wynagradzania

Pracownicy naszych spółek podlegają ocenom pracy. Zatrudnieni w Coca-Cola HBC Polska corocznie wypowiadają się w badaniu pracowniczym My Voice. W badaniu poruszane są kwestie m.in. środowiska pracy, zaufania oraz przywództwa. W Coca-Cola Poland Services prowadzona jest ocena bieżąca, tzw. Performance Enablement. Nasza polityka wynagrodzeń jest prowadzona w oparciu o kompetencje, umiejętności pracowników oraz prawa rynku pracy.

[405-1]

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

Odsetek osób w ciałach zarządczych w poniższych wymiarach różnorodności

Zróżnicowanie ze względu na płeć

Kobiety	88
Mężczyźni	180

Zróżnicowanie ze względu na wiek

do 30 lat	19
30-50 lat	229
Powyżej 50 lat	20

Odsetek pracowników w poniższych wymiarach różnorodności

	Kadra wyższego szczebla	Kadra średniego szczebla	Specjaliści	Pozostali pracownicy
Płeć				
Kobiety	21	81	297	149
Mężczyźni	29	175	468	593
Wiek				
do 30 lat	2	6	192	213
30-50 lat	46	72	471	485
Powyżej 50 lat	2	3	102	44

[406-1]

W 2019 roku w spółkach Coca-Cola w Polsce nie odnotowano potwierdzonych przypadków dyskryminacji.

Związki zawodowe

Z przestrzeganiem praw człowieka wiąże się poszanowanie prawa pracowników do strajku oraz do zrzeszania się w związkach zawodowych. W Coca-Cola HBC Polska działają rada pracownicza oraz trzy organizacje związkowe, z którymi prowadzony jest dialog – także nieformalny.

Zwolnienia grupowe

W okresie od października 2019 do stycznia 2020 roku w organizacji przeprowadzony został proces zwolnień grupowych. W proces zaangażowana została strona społeczna: rada pracownicza Coca-Cola HBC i związki zawodowe.

Przyczyny zwolnień grupowych:

- konieczność uproszczenia struktury organizacyjnej i istniejących procesów po połączeniu jednostek organizacyjnych polskiej i bałtyckich w jedną jednostkę biznesową Coca-Cola HBC;
- dążenie do poprawy efektywności istniejącego modelu biznesowego poprzez uzyskanie efektu synergii;
- potrzeba podniesienia efektywności finansowej i organizacyjnej poprzez usprawnienie modelu operacyjnego spółki, w tym wyeliminowanie procesów zbędnych i usprawnienie istniejących poprzez ich centralizację i integrację,
- wysoka konkurencja na rynku napojowym.

Coca-Cola HBC zaoferowała zwalnianym pracownikom pakiety i wsparcie przekraczające wymogi prawne.

Cały proces zwolnień przebiegał zgodnie z zasadami przeprowadzania zwolnień grupowych. Wybór pracowników zakwalifikowanych do zwolnienia z pracy nastąpił przy zastosowaniu obiektywnych i adekwatnych kryteriów. Warunki zwolnień zostały ustalone we współpracy ze stroną społeczną – z Radą pracowniczą CCHBC i Związkami Zawodowymi – i zostały zapisane w porozumieniu dotyczącym procesu.

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

Bezpieczeństwo i higiena pracy są podstawą dobrostanu pracowników i firmy

[403-6]

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

Regulacje w obszarze BHP

Polityka w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy Coca-Cola HBC Polska zobowiązuje nas do rozwijania i stosowania skutecznych systemów, standardów oraz procedur bezpieczeństwa i higieny pracy adekwatnych do ryzyka związanego z działaniami biznesowymi.

 [Zobacz: Polityka BHP](#)

Do zasad BHP odnosi się również Polityka zrównoważonego

rozwoju operacyjnego naszej organizacji.

 [Przeczytaj również: Polityka zrównoważonego rozwoju operacyjnego](#)

Praca w Coca-Cola Poland Services jest pracą biurową, co sprawia, że poziom ryzyka jest stosunkowo niski. Szersze spektrum zagrożeń występuje w Coca-Cola HBC Polska, w obszarach związanych z produkcją i logistyką. Z tego powodu w Coca-Cola HBC Polska podejmowane są dodatkowe działania z zakresu BHP, które odzwierciedlają potrzeby zakładów produkcyjnych i centrów dystrybucji.

Zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy w Coca-Cola HBC Polska przebiega w zgodzie z:

- Polityką w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy,
- Polityką Bezpiecznego Zarządzania Flotą Samochodową,
- procedurami systemu zgodnego z normą OHSAS 18001.

W naszych zakładach w Polsce został wprowadzony OHSAS 18001. OHSAS (ang. Occupational health and safety management systems – Specification) to podlegająca pod Międzynarodową Organizację Normalizacyjną ISO specyfikacja opisująca system zarządzania BHP, opracowana przez jednostki certyfikujące z różnych krajów i przez krajowe instytucje normalizacyjne. Norma 18001 ściśle wiąże się z systemem zarządzania środowiskowego ISO 14001, szczególnie w obszarze przeciwdziałania i postępowania w przypadku awarii i katastrof.

Standard OHSAS nie jest wymagany przez polskie prawodawstwo, jednak nasza firma zdecydowała się na jego wprowadzenie w celu zapewnienia najwyższych standardów bezpieczeństwa pracy. OHSAS został wdrożony w zakładach Coca-Cola w Radzyminie, Staniątkach i Tylczu.

[403-3]

Jednostką odpowiedzialną za zarządzanie bezpieczeństwem pracy w Coca-Cola HBC jest kierownik ds. BHP odpowiedzialny za Polskę i kraje bałtyckie.



[403-2]

Proces oceny ryzyka oraz identyfikacji zagrożeń

Analiza ryzyka

W Coca-Cola HBC regularnie raz w roku przeprowadzana jest analiza procesu oceny ryzyka zawodowego na wszystkich stanowiskach. W proces zaangażowani są przedstawiciele pracowników, przełożeni oraz wykwalifikowany personel służby BHP. Wyniki oceny ryzyka zawodowego są omawiane w trakcie przeglądu systemów zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy wdrożonych w każdym zakładzie produkcyjnym i opartych na wymaganiach normy ISO 45001. W funkcjach, które nie mają wdrożonego systemu zarządzania, wyniki oceny ryzyka zawodowego są analizowane na bieżąco na comiesięcznych spotkaniach dotyczących wyników bezpieczeństwa pracy. Raz w roku zarząd Coca-Cola HBC Polska jest informowany o grupach podejmowanych działań, które wynikają m.in. z analizy oceny ryzyka zawodowego.

Identyfikacja zagrożeń

W Coca-Cola HBC wdrożony został program identyfikacji zagrożeń Near Miss. Każdy pracownik może zgłosić zagrożenie za pośrednictwem elektronicznej bazy, a następnie do każdego zagrożenia przypisywany jest plan działań.

W 2019 r. w Polsce zgłoszonych zostało 2543 zagrożeń. W przypadku 84% zgłoszenia były uzasadnione i podjęto adekwatne akcje reagujące.

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.

[403-7]

Działania prewencyjne

Oprócz ścisłego przestrzegania regulacji dotyczących BHP prowadzimy również działania prewencyjne.

Oto niektóre z nich:

- tablice Czarny Punkt instalowane w tych miejscach na terenie zakładu, w których doszło do wypadku,
- tablice informujące o liczbie dni od ostatniego wypadku oraz o najwyższej dotychczasowej liczbie dni bezwypadkowych instalowane przed wjazdami do zakładów,
- program promujący bezpieczeństwo Walk The Talk,
- cykl artykułów poświęconych BHP w magazynie firmowym „Family Magazine”,
- strona poświęcona BHP w firmowym intranecie zawierająca nie tylko dobre praktyki, ale też materiały szkoleniowe związane z BHP,
- szkolenia prewencyjne Skoda AutoLab dla kierowców sklasyfikowanych jako średniego i wysokiego ryzyka,
- spotkania z kierowcami,
- wyposażenie aut służbowych w system ostrzegania w sytuacji niezachowania wystarczająco bezpiecznej odległości od innego pojazdu na drodze.

W 2019 roku w około 60% aut służbowych zostało zainstalowane ultradźwiękowe odstraszacze dzikiej zwierzyny. Były to odstraszacze pasywne, działające jedynie podczas jazdy. Wstępne testy przyniosły obiecujące wyniki w postaci zmniejszenia liczby wypadków z udziałem zwierzyny.





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

	2018	2019
Staniątki	2603	274
Warszawa (Annopol)	2523	2888
Tylicz	302	258
Radzymin	120	106

*Stan na 31 grudnia

Konkurs Twój pomysł na bezpieczeństwo

W 2019 roku, podczas corocznego przeglądu analiz ryzyka na stanowiskach pracy, Coca-Cola HBC Polska ogłosiła konkurs dla pracowników „Weź ryzyko w swoje ręce – Twój pomysł na bezpieczeństwo”. Uczestnicy konkursu mieli wypowiedzieć się na trzy tematy dotyczące bezpośrednio zajmowanego stanowiska oraz występujących na nim zagrożeń. Wszystkie odpowiedzi konkursowe zostały szczegółowo przeanalizowane, a każdy pomysł i zgłoszenie otrzymały status systemowy i po dalszej weryfikacji lub ewentualnych zmianach zostały wdrożone lub czekają na realizację.

Korzyści z realizacji konkursu:

- Zwrócenie uwagi na podstawowe zagrożenia i ryzyka – aby odpowiedzieć na pytania pracownicy musieli zapoznać się wnikliwie z oceną ryzyka na swoim stanowisku;
- Refleksja i poszukiwanie niezidentyfikowanych zagrożeń – pracownicy przeanalizowali swoje stanowiska w poszukiwaniu rzeczywistych, niezidentyfikowanych dotąd zagrożeń;
- Skupienie uwagi na procesach generujących największe ryzyko – pracownicy przypisywali wagę zidentyfikowanym już zagrożeniom;
- Odświeżenie oceny ryzyka – porównanie rzeczywistych warunków pracy z zagrożeniami wskazanymi w analizie ryzyka;
- Zaangażowanie w proces wypracowania nowych rozwiązań służących bezpieczeństwu;
- Poczucie sprawstwa – pracownicy zostali współautorami i właścicielami rozwiązań zastosowanych na swoich stanowiskach;
- Informacja na temat wiedzy dotyczącej identyfikacji oraz oceny ryzyka i postrzegania zagrożeń przez pracowników.

Skuteczność działań w obszarze BHP znajduje odzwierciedlenie w zmniejszeniu liczby wypadków. W 2019 roku w Coca-Cola HBC Polska odnotowaliśmy 5 wypadków przy pracy. Dla porównania, w 2018 roku było ich 8.

[403-9]

Wskaźnik urazów związanych z pracą

Liczba ofiar śmiertelnych w wyniku obrażeń związanych z pracą	0
Wskaźnik ofiar śmiertelnych w wyniku obrażeń związanych z pracą	0
Liczba poważnych obrażeń związanych z pracą (z wyłączeniem ofiar śmiertelnych)	0
Wskaźnik poważnych obrażeń związanych z pracą (z wyłączeniem ofiar śmiertelnych)	0
Liczba obrażeń związanych z pracą	5
Wskaźnik obrażeń związanych z pracą	0,33
Główne rodzaje obrażeń związanych z pracą	urazy palców

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

Liczba ofiar śmiertelnych w wyniku obrażeń związanych z pracą	0
Wskaźnik śmiertelności w wyniku obrażeń związanych z pracą	0
Liczba poważnych obrażeń związanych z pracą (z wyłączeniem ofiar śmiertelnych)	0
Wskaźnik poważnych obrażeń związanych z pracą (z wyłączeniem ofiar śmiertelnych)	0
Liczba obrażeń związanych z pracą	1
Wskaźnik obrażeń związanych z pracą	n/a
Główne rodzaje obrażeń związanych z pracą	urazy palców
Liczba przepracowanych godzin	n/a

* wskaźniki zostały policzone na bazie 100 pracowników

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

[403-10]

W Coca-Cola HBC nie odnotowano chorób zawodowych.



Cenimy naszych pracowników i dbamy o nich

Warunki pracy i benefity

Zapewniamy naszym pracownikom godne warunki pracy i zatrudnienia.

[401-2]

Wszyscy etatowi pracownicy systemu Coca-Cola w Polsce niezależnie od wymiaru etatu, na jaki są zatrudnieni, mają do dyspozycji następujące świadczenia dodatkowe:

- opieka zdrowotna,
- ubezpieczenie na życie,
- ubezpieczenie na wypadek trwałego uszczerbku na zdrowiu,
- urlop rodzicielski,
- odprawy emerytalne.

Coca-Cola Poland Services

Od 1 stycznia 2019 roku Coca-Cola Poland Services uruchomiła platformę, na której każdy zainteresowany pracownik może efektywnie i łatwo zarządzać dostępnymi benefitami. Prace nad platformą prowadzone były przez znaczną część 2018 roku, a w ich trakcie spółka analizowała m.in. dostępne na rynku świadczenia oraz porównywała swoją ofertę z propozycjami innych pracodawców.

Pracownicy Coca-Cola Poland Services mają do dyspozycji:

- Pracowniczy Program Emerytalny,
- karty doładowywane co miesiąc, które mogą być przeznaczone na obiady w pracy lub zakupy spożywcze,
- ubezpieczenie na życie o zasięgu globalnym,
- ubezpieczenie medyczne, w którym pracodawca pokrywa koszty rozszerzenia świadczeń na całą rodzinę,
- karty sportowe (opcja dokupienia kart dla partnerów życiowych i dzieci),
- Virgin Pulse – program zawierający elementy grywalizacji i promujący aktywność, dzięki któremu spółka integruje pracowników i buduje społeczność. Punkty za aktywność fizyczną pracownicy mogą wymieniać na kupony zakupowe,
- Celebrating You – system wynagradzania i świętowania stażu pracy zatrudnionych pozwalający podziękować pracownikom z dłuższym stażem przyznać im odznakę i wyrazić uznanie, a także przyznać punkty za staż wymienne na vouchery,
- Anonimowy program wsparcia dla pracowników oraz ich rodzin

przypominający swoim działaniem telefon zaufania, za pomocą którego pracownicy otrzymują porady prawne, psychologiczne lub inną pomoc niezbędną w trudnej sytuacji życiowej,

- owocowe przekąski we wtorki i czwartki.

Coca-Cola HBC Polska

Pracownicy Coca-Cola HBC Polska mają do dyspozycji:

- prywatną opiekę medyczną z promocyjnymi akcjami prozdrowotnymi: Dni dla Zdrowia, porady w zakresie ergonomii stanowiska pracy, porady dietetyka, szczepienia przeciwko grypie, oferty promocyjne na usługi medyczne – np. zniżki stomatologiczne (zespoły przeszkolone do udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej są dodatkowo szczepione przeciwko WZW),
- ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków,
- możliwość korzystnego ubezpieczenia na życie z opcją rozszerzenia na członków rodzin,
- ubezpieczenie dla menedżerów,
- do wyboru rozwiązania z bogatej oferty OpenBenefit (np. bilety do kina lub teatru, kupony rabatowe, karty sportowe),
- ciepłe napoje oraz produkty Coca-Cola bez ograniczeń w biurze,
- deputaty produktowe dla rodzin,
- atrakcyjną ofertę zakupów pracowniczych,
- owocowe przekąski w owocowe środy.



[401-3]

Urlopy rodzicielskie

Całkowita liczba pracowników uprawnionych do urlopu rodzicielskiego w raportowanym okresie*

Kobiety	550
Mężczyźni	1284

Całkowita liczba osób, które skorzystały z urlopu rodzicielskiego w raportowanym okresie

Kobiety	31
Mężczyźni	0

Całkowita liczba pracowników, którzy wrócili do pracy po urlopie rodzicielskim, w raportowanym okresie

Kobiety	59
Mężczyźni	2

Całkowita liczba pracowników, którzy wrócili do pracy po urlopie rodzicielskim i po 12. miesiącach od powrotu do pracy nadal byli zatrudnieni w organizacji

Kobiety	30*
Mężczyźni	0

Wskaźnik powrotu do pracy pracowników, którzy skorzystali z urlopu rodzicielskiego

Kobiety	82
Mężczyźni	100

Wskaźnik zatrzymania pracowników, którzy skorzystali z urlopu rodzicielskiego

Kobiety	48*
Mężczyźni	100

* Urlop rodzicielski obejmuje zarówno urlop macierzyński, jak i rodzicielski. Obejmuje osoby, które skończyły urlop w 2018 i na dzień 31.12.2019 nadal były zatrudnione; nie obejmuje osób, które zakończyły urlop w 2019 roku

Świadomie budujemy naszą markę pracodawcy z wyboru

Brand Opener 2019

W 2019 roku zrealizowaliśmy inicjatywę Brand Opener skierowaną do studentów, dla których wydarzenie było okazją do pozyskania praktycznej, merytorycznej wiedzy poprzez przybliżenie codziennego życia w firmie z branży FMCG. Ten sposób poznania firmy mógł być dla młodych ludzi inspiracją do

podejmowania świadomych i odważnych decyzji dotyczących rozwoju osobistego i zawodowego. Dla naszej spółki Brand Opener był okazją do nawiązania współpracy ze środowiskiem akademickim, pozyskania kandydatów na praktyki oraz poznania punktu widzenia młodych ludzi, zdobycia kreatywnych pomysłów studentów dotyczących naszego biznesu oraz promowania marki Coca-Cola HBC jako pracodawcy wyboru i „uniwersytetu biznesu”.

Brand Opener 2019 obejmował:

- wykłady z serii REDstorm: Leaders talks prowadzone przez członków Zespołu Zarządzającego, z wydzieloną częścią na zadawanie pytań i swobodną rozmowę,
- warsztaty na uczelniach prowadzone przez menedżerów z naszej firmy,
- konkurs dla studentów składający się z zadania głównego oraz czterech zadań mniejszych,
- trzydniowy finał składający się z warsztatów, konsultacji z mentorami i prezentacji wyników przed członkami Zespołu Zarządzającego,
- prowadzenie dedykowanego konkursowi fanpage'a konkursu na Facebooku.

Brand Opener 2019 w liczbach:

- Ponad 900 studentów – uczestników wydarzeń na żywo,
- 13 wydarzeń w różnych miejscach kraju (7 warsztatów i 5 wykładów),
- 150 kreatywnych rozwiązań.

RedStorm – Leader Talks

W 2019 roku nasza spółka zorganizowała cykl spotkań z członkami zespołu zarządzającego oraz Dyrektorem Generalnym Coca-Cola HBC ze studentami warszawskich uczelni. Inicjatywa była odpowiedzią na oczekiwania młodych ludzi, którzy chcieli mieć możliwość rozmów z przedstawicielami kadry zarządzającej naszej firmy oraz poznania ścieżek kariery od mniej formalnej strony. Wydarzenia miały na celu przybliżenie studentom świata FMCG, dostarczenie merytorycznej wiedzy oraz zainspirowanie do podejmowania odważnych decyzji dotyczących rozwoju kariery poprzez ukazanie prawdziwych historii ludzi stojących za jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek na świecie.

[401-1]

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

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

512

Płeć

Kobiety	182
Mężczyźni	330

Wiek

poniżej 30 lat	262
30-50 lat	243
powyżej 50 lat	7

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

0,28

Płeć

Kobiety	0,1
Mężczyźni	0,18

Wiek

poniżej 30 lat	0,14
30-50 lat	0,13
powyżej 50 lat	0,01

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

313

Płeć

Kobiety	117
Mężczyźni	196

Wiek

poniżej 30 lat	178
30-50 lat	131
powyżej 50 lat	4

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

0,17

Płeć

Kobiety	0,06
Mężczyźni	0,11

Wiek

poniżej 30 lat	0,1
30-50 lat	0,07
powyżej 50 lat	0,002



Docenili nas

Best Quality Employer 2019 dla Coca-Cola HBC Polska

Coca-Cola HBC Polska otrzymała nagrodę Best Quality Employer 2019. Jury konkursu doceniło nas za bezpieczne i stabilne środowisko pracy oraz warunki sprzyjające rozwojowi pracowników.

Friendly Workplace 2019 dla Coca-Cola HBC Polska

Portal Marka Pracodawcy przyznał Coca-Cola HBC Polska tytuł Friendly Workplace 2019. Uzyskaliśmy jeden z najlepszych wyników w głosowaniu redakcji dzięki najwyższym notom we wszystkich analizowanych kategoriach.

Top Employer Polska 2019 dla Coca-Cola Poland Services

Przyznanie tytułu najlepszego pracodawcy spółce Coca-Cola Poland Services poprzedziła skrupulatna analiza działań firmy w zakresie polityki pracowniczej. Oceniane były m.in. działania w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi pod kątem transparentności oraz wymiaru etycznego.



Potwierdzenie licencji na działanie

**Budując trwałe partnerstwa
możemy zrobić więcej**

Angażujemy naszych interesariuszy w różnorodny sposób:

- Prowadzimy regularny dialog z interesariuszami.
- Angażujemy się wspólnie ze społecznościami lokalnymi na rzecz środowiska.
- Aktywizujemy młodzież i kobiety.
- Współpracujemy z wieloma organizacjami, wzmacniając relacje branżowe i międzysektorowe.

ut waste
OMPANY

[102-40]

Interesariusze systemu Coca-Cola w Polsce:

- Pracownicy krytyczni (pracownicy etatowi, związki zawodowe), istotni: potencjalni pracownicy; stowarzyszenia studentów, firmy rekrutacyjne, firmy zatrudniające dla Coca-Cola (outsourcing), pracownicy kontraktowi, byli pracownicy, lokalne Urzędy Pracy;
- Administracja, regulatorzy i organizacje branżowe (krytyczni: Sanepid, Państwowa Inspekcja Pracy – PIP); istotni: Ministerstwo Zdrowia, Ministerstwo Środowiska, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego, Państwowy Zakład Higieny (PZH), Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej, Instytut Żywności i Żywienia, Rada Etyki Reklamy, Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców, Związek Pracodawców RP, UOKiK, rzecznicy konsumentów, tzw. influencerzy, posłowie, komisje sejmowe, Komisja Europejska, kancelaria Prezesa Rady Ministrów, profesjonaliści z dziedziny ochrony zdrowia, UNESDA, ISA;
- Społeczeństwo i społeczności lokalne (krytyczni: media, Fundacja Sukcesu Pisanego Szminka; istotni: lokalna administracja samorządowa, lokalni mieszkańcy, szkoły średnie i wyższe, pozostałe organizacje pozarządowe, np. charytatywne);
- Klienci i rynek (krytyczni: konsumenci, klienci – sieci handlowe, kluczowi dostawcy surowców (np. cukrownie), dostawcy opakowań; istotni: klienci – sklepy lokalne, klienci – hotele, restauracje i kawiarnie (kanał gastronomii), firmy doradcze, pozostali dostawcy, organizacje promujące zdrowe odżywianie);
- Rynek kapitałowy (krytyczni: akcjonariusze strategiczni);
- Środowisko naturalne (krytyczni: Wojewódzki Inspektor Ochrony Środowiska, Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań, Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów Opakowaniach, EKO-PAK, Greenpeace); istotni: recyklerzy, Program Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska (UNEP)/GRID Warszawa, Fundacja Nasza Ziemia, inne organizacje ekologiczne.

[102-42] [102-43]

Chcemy prowadzić biznes we właściwy, odpowiedzialny sposób. To motywuje nas do dialogu z interesariuszami oraz poszukiwania nowych, lepszych rozwiązań. Prowadzimy

regularny dialog z poszczególnymi grupami interesariuszy. Forma i częstotliwość dialogu zależą od specyfiki danej grupy, siły oddziaływania, skali zainteresowania itd. Prowadzimy spotkania bezpośrednie oraz badania rynkowe. Jesteśmy członkiem organizacji branżowych. Dialog z interesariuszami prowadzimy podczas różnorodnych wydarzeń organizowanych przez nasze firmy, organizacje branżowe i biznesowe czy przez naszych klientów i dostawców. Platformą inspiracji i wymiany wiedzy z pracownikami był zorganizowany w Coca-Cola HBC Polska Tydzień Zdrowia i Bezpieczeństwa. Przykładem angażowania interesariuszy jest też współpraca z niektórymi organizacjami pozarządowymi, z którymi realizujemy ważne dla społeczeństwa programy.

[102-13]

Członkostwo w organizacjach

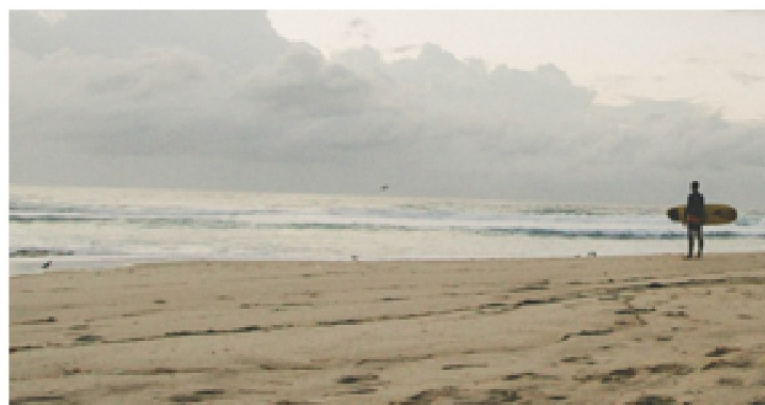
Nasze spółki należą do ważnych organizacji działających na rynku polskim.

Coca-Cola Poland Services:

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

Coca-Cola HBC Polska:

- Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców,
- Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK,
- Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań SA,
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
- Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej.



[102-12]

Dobrowolnie przyjęte deklaracje i kodeksy

Coca-Cola Poland Services:

- Cele Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals) – cel 5 i 8. W ramach Agendy 2030 zobowiązaliśmy się do aktywizacji 100 tys. kobiet. Na koniec 2018 roku osiągnęliśmy wynik 200 tys.,
- EU Pledge (odpowiedzialny marketing),
- Zobowiązania UNESDA dotyczące redukcji kalorii w portfolio (Calorie Reduction Pledge),
- Evolved Nutrition Labelling,
- List intencyjny na rzecz optymalizacji wartości energetycznej i składu produktów spożywczych w Polsce (poprzez sygnatariusza, tj. Polską Federację Producentów Żywności Związek Pracodawców).

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

- Cele Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals): cel 6. i cel 12. W ramach Agendy 2030 zobowiązaliśmy się do zmniejszenia całkowitego zużycia wody w procesach produkcyjnych oraz zmniejszenia zużycia surowca PET.

 [Zobacz więcej](#)

- Protokół Gazów Ciepłarnianych (Greenhouse Gas Protocol),
- European Water Stewardship (EWS),
- Zobowiązania UNESDA dotyczące redukcji kalorii w portfolio (Calorie Reduction Pledge),
- Zobowiązania EU Pledge, (odpowiedzialny marketing),
- List intencyjny na rzecz optymalizacji wartości energetycznej i składu produktów spożywczych w Polsce (poprzez sygnatariusza, tj. Polską Federację Producentów Żywności Związek Pracodawców).

Wszystkie zakłady produkcyjne Coca-Cola HBC Polska otrzymały złoty certyfikat zarządzania zasobami wodnymi wydany przez European Water Stewardship.

Wierzmy, że Świat bez Odpadów jest możliwy

Ambicja „Świat bez Odpadów” -

World Without Waste

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:

1. Więcej zebranych odpadów. Pomoc w zbiorce i recyklingu ekwiwalentu 100% naszych opakowań, które trafiają bezpośrednio do konsumentów.
2. Wszystkie nasze opakowania w 100% będą zdadne do recyklingu.
3. Więcej butelek PET z recyklingu. 50% wszystkich butelek PET będzie pochodziło z materiału PET z recyklingu i/lub z materiałów odnawialnych.

Program Działaj z imPETem

Program, rozpoczęty jeszcze w 2018 roku, zaangażował 4 największe firmy napojowe w Polsce na rzecz dobrowolnej inwestycji w zbiórkę i recykling opakowań PET, a także w kampanię edukacyjną konsumentów. Był realizowany w blisko 1000 polskich gminach poprzez największą organizację odzysku w Polsce, firmę Rekopol. Podjęte działania wpłynęły na podniesienie zbiórki opakowań PET w Polsce o ponad 10 proc.

Wspólnie z naszymi partnerami biznesowymi, organizacjami społecznymi oraz innymi interesariuszami podejmujemy szereg inicjatyw, których celem jest zwiększenie poziomu zbiórki i recyklingu PET. W 2019 roku prawie 60 proc. naszych opakowań, które trafiły bezpośrednio do konsumentów zostało zebranych i poddanych recyklingowi.

Chcemy być aktywnym partnerem w poszukiwaniu najlepszych i najbardziej efektywnych rozwiązań problemów współczesnego świata. Bo problemy są na tyle złożone, że ani żaden podmiot, ani najsilniejszy nawet biznes nie poradzi sobie sam. Dzisiaj jak nigdy wcześniej biznes potrzebuje szerokich koalicji różnych podmiotów i sektorów – angażowania wszystkich tych, którym zależy na lepszym jutrze.

Katarzyna Borucka, Dyrektor ds. Public Affairs i Komunikacji
Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie



Kampania edukacyjna „Świat bez Odpadów”

W ramach kampanii realizowanej wraz z Fundacją Nasza Ziemia 51 gmin w Polsce posiadających do 50 tys. mieszkańców otrzymało specjalnie zaprojektowane pojemniki do zbiórki plastikowych odpadów. Pojemniki wykonano z tworzywa pochodzącego z recyklingu. Umieszczono na nich edukacyjne infografiki oraz informacje o przedmiotach codziennego użytku, które można otrzymać z przetworzonego plastiku. Co ważne, pojemniki były przeznaczone dla przestrzeni publicznej, przystanków, parków, miejsc rekreacyjnych, umożliwiając segregację odpadów w tych właśnie miejscach. Do tej pory zbiórka z tych koszy wyniosła ponad 200 t odpadów plastikowych, metalowych i wielomateriałowych.

Recyklomaty w Warszawie

W lipcu 2019 roku, dzięki współpracy systemu CocaCola z Miastem Stołecznym Warszawa i Fundacją Nasza Ziemia, w dwóch lokalizacjach w Warszawie stanęły pierwsze recyklomaty do selektywnej zbiórki odpadów opakowaniowych. Zebrane szkło, plastik i aluminium trafiają do powtórnego wykorzystania, a zwracający je otrzymują ekopunkty, które mogą wymienić na zniżki u partnerów akcji. Obecnie do 10 maszyn zlokalizowanych w różnych dzielnicach można wrzucać plastikowe butelki PET, butelki szklane oraz puszki aluminiowe.

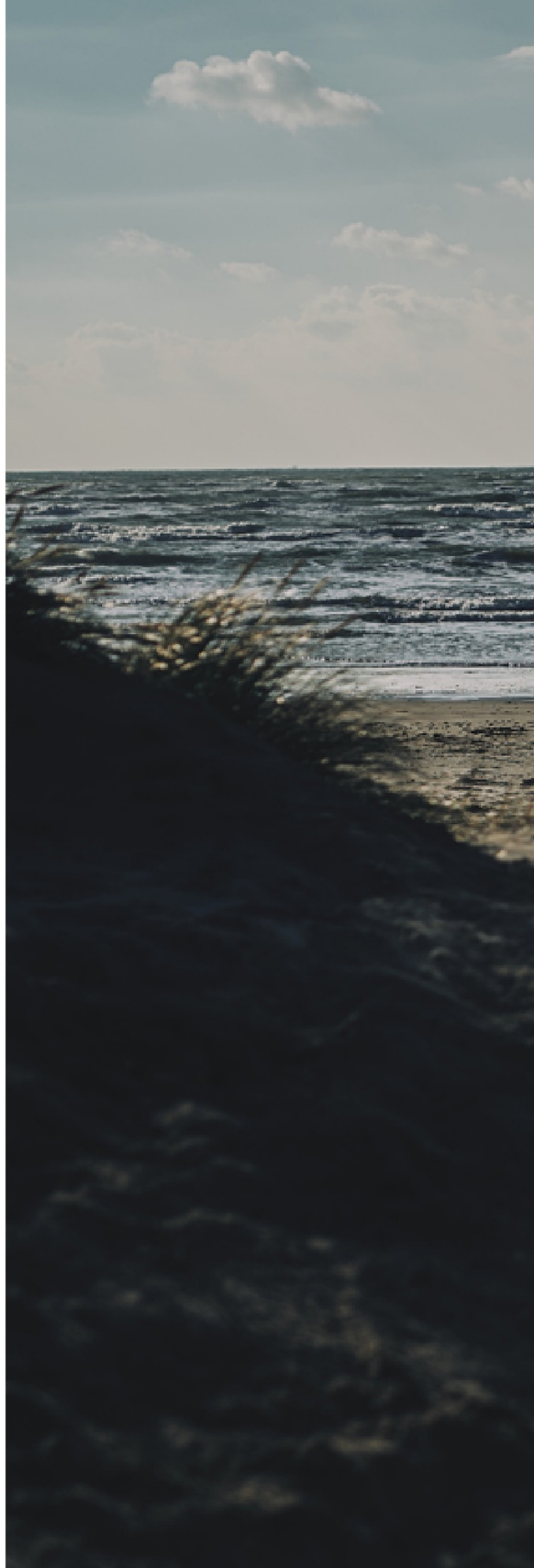
Ambasadorzy „Świata bez Odpadów”

Pracownicy systemu Coca-Cola czują się ambasadorami „Świata bez Odpadów”. Inicjują oraz włączają się na zasadzie wolontariatu w liczne inicjatywy środowiskowe.

 [Przeczytaj więcej o wolontariacie pracowniczym](#)

Kampania społeczna #WCIAŻZMIENIAMY

W maju 2019 w Polsce została uruchomiona globalna kampania społeczna Coca-Cola #NEVERSETTLE, pod hasłem #WCIAŻZMIENIAMY. W ramach kampanii firma pokazuje, w jaki sposób odpowiada na wyzwania środowiskowe, takie jak **odpady opakowaniowe** oraz **ochrona zasobów wodnych**, a także wyzwania społeczne związane z **demografią i barierami na rynku pracy**. Nie mamy odpowiedzi na wszystko, ale wciąż poszukujemy nowych rozwiązań. Nie zatrzymujemy się, działamy.





„Jako globalny producent napojów nieustannie poszukujemy rozwiązań problemów, z którymi mierzy się współczesny świat. Zgodnie z naszym hasłem #WCIAŹZMIENIAMY świat, w którym żyjemy – tak, aby stał się lepszym miejscem”.

Anna Solarek, dyrektor ds. komunikacji i relacji
zewnętrznych Coca-Cola Poland Services

 [Zobacz więcej o kampanii #wciażzmieniamy](#)

Troszczymy się o minimalizowanie naszego wpływu na środowisko

Troska o środowisko jest wpisana w strategię naszej firmy

Kwestie odpowiedzialności środowiskowej są na stałe wpisane w politykę naszej firmy. Dbamy o środowisko m.in. poprzez przestrzeganie przepisów oraz naszych wewnętrznych regulacji, do których należą:

- **Polityka zrównoważonego rozwoju operacyjnego**

Nasza polityka, zbudowana na trzech filarach, określa zasady działania dotyczące środowiska, jakości oraz BHP.

- **Polityka środowiskowa**

Prowadzimy działania w sposób odpowiedzialny, z należytą troską, w szczególności w obszarach wpływu na środowisko naturalne oraz zrównoważonego rozwoju.

- **Polityka w zakresie ochrony zasobów wodnych**

Dążymy do ograniczania naszego wpływu na zasoby wodne oraz wspieramy inicjatywy na rzecz ochrony tych zasobów w społecznościach, w których działamy.

Redukujemy emisje i odpowiedzialnie zarządzamy zasobami wodnymi

Redukcja emisji

1. Obniżenie bezpośredniej emisji dwutlenku węgla o 30%.
2. Obniżenie emisji w sklepach naszych klientów; 50% lodówek w sklepach naszych klientów będzie energooszczędne.
3. Więcej energii odnawialnej. 50% wykorzystywanej energii w naszych fabrykach pochodzić będzie z odnawialnych i czystych źródeł.
4. 100% całej energii elektrycznej używanej w naszych fabrykach w UE i Szwajcarii będzie pochodziło z odnawialnych i czystych źródeł.

Mniejsze zużycie wody i odpowiedzialne zarządzanie zasobami wodnymi

5. Redukcja zużycia wody w regionach zagrożonych deficytem wody. Zmniejszenie wykorzystania wody w fabrykach znajdujących się na terenach zagrożonych deficytem wody o 20%.
6. 100% dostępności wody w regionach zagrożonych jej brakiem. Pomoc w zagwarantowaniu dostępności wody dla wszystkich lokalnych społeczności na obszarach zagrożonych deficytem wody.



Nasze cele środowiskowe w Polsce

	Cele 2020	Cele 2019	
		Założenia	Osiągnięcia
Woda (w l / l produktu)	1,77	1,78	1,78
Energia (w MJ / l produktu)	0,33	0,34	0,34
Ilość odpadów wytworzonych (w g/l produktu)	5,78	5,53	5,50
Odpady poddane recyklingowi (w proc.)	99,80	99,60	99,79
Odpady przekazane na składowisko (w g/l produktu)	0,012	0,02	0,011
Liczba zgłoszonych near loss (w szt.)	780	663	784
CO2 (w g CO2/l)*	37,40	44,42	37,45

* obejmuje emisje zakres 1 i zakres 2

[301-1]

Zużycie surowców w roku 2019

		Surowce i materiały	Surowiec odnawialny	2019		2018	
				Ilość (w kg)	Ilość w l produktu (w g)	Ilość (w kg)	Ilość w l produktu (w g)
surowce		Cukier	T	87 786 445	76,29	90 088 188	77,77
		Koncentrat + sok	Nie dotyczy	16 049 082	13,95	11 088 877	9,57
materiały opakowaniowe		Butelki PET	N	26 188 887	22,76	29 656 045	25,60
		Plastik (nakrętki)	N	2 408 460	2,09	2 336 833	2,02
		Stal	N	197 906	0,17	130 953	0,11
		Polietylen (etykiety)	N	420 912	0,37	583 630	0,50
		Szkło	N	6 029 875	5,24	22 919 639	19,79
		Aluminium	N	2 854 985	2,48	6 427 107	5,55
		Papier (etykiety)	T	19 801	0,02	44 316	0,04
		Karton	T	3 138 001	2,73	2 284 301	1,97
		Drewno (palety)	T	1 243 475	1,08	2 129 971	1,84
		Polietylen (folia)	N	3 346 853	2,91	3 287 626	2,84
chemikalia		Suma poniższych		1 124 342	0,98	1 079 893	0,93
		HCl		17			
		H ₂ SO ₄		135 365			
		NaOH		348 901			
		NaOCl		21 155			
		Inne		618 904			

[103-1],[103-2], [103-3]: Woda i ścieki

[303-3]

Odpowiedzialnie korzystamy z zasobów wodnych

Nasze cele: Zmniejszenie zużycia wody w fabrykach zagrożonych deficytem wody o 20 proc., pomoc w zagwarantowaniu dostępności wody wszystkim lokalnym społecznościom w regionach zagrożonych brakiem wody.

Całkowity pobór wody przez organizację w podziale na źródło (w megalitrach)

Wody powierzchniowe	0
Wody gruntowe	1963969
Wody morskie	0
Woda produkcyjna (pozyskana w efekcie wydobywania, przetwarzania lub wykorzystania jakiegokolwiek innego surowca)	0
Woda pozyskana ze źródła pośredniego (np. lokalna sieć wodociągowa)	82709

[303-5]

Całkowite zużycie wody (w l)**2019****2018**

2 046 678 000

2 033 637 530

[303-4]

Całkowita woda odprowadzona (suma ścieków, zużytej wody i niewykorzystanej wody) w megalitrach, we wszystkich lokalizacjach, ze względu na miejsce docelowe zrzutu, jeśli dotyczy:

wody powierzchniowe

957 355

woda pozyskana z pośredniego źródła (np. lokalna sieć wodociągowa) oraz wskazanie jaka część tej wartości została przekazana innym organizacjom (jeśli dotyczy)

36460**Całkowita woda odprowadzona (suma ścieków, zużytej wody i niewykorzystanej wody) w megalitrach, w podziale na:****świeża woda (<1000mg/L wszystkich rozpuszczonych substancji (TDS))**

wody powierzchniowe

9740

Przestrzegamy międzynarodowych standardów w dziedzinie ochrony zasobów wodnych. Wszystkie zakłady produkcyjne w Polsce wdrożyły europejski certyfikat systemu zarządzania zasobami wodnymi wg wytycznych European Water Stewardship (EWS). Co roku przeprowadzany jest audyt nadzoru, a w cyklu 3-letnim również audyt recertyfikujący.

Systematycznie zmniejszamy zużycie wody na 1 l wyprodukowanego napoju.**Zużycie wody na 1 l napoju:**

- 2010 - 2,04 l wody na 1 l napoju,
- 2019 - 1,78 l wody na 1 l napoju.

Każdy z trzech zakładów produkcyjnych Coca-Cola HBC w Polsce ma wdrożone programy ochrony zasobów wodnych. W Radzyminie zainstalowaliśmy specjalny filtr pozwalający w całości odzyskać wodę z mycia instalacji, a w zakładzie w Staniątkach przeprowadziliśmy zmiany w procesie mycia

puszek – wymieniliśmy myjkę wodną na myjkę zjonizowanym powietrzem, co dało znaczące oszczędności. **Odzyskujemy tam również w 75% wodę z płukania butelek PET, co pozwala zaoszczędzić 25 tys. m³ wody rocznie.**

W naszym zakładzie produkcyjnym w Radzyminie wdrożyliśmy, kosztem 1,5 mln zł, projekt odzysku wody z koncentratu po nanofiltracji. Wcześniej koncentrat z nanofiltracji był w całości odprowadzany do oczyszczalni ścieków. W procesie powstaje 120 tys. m³ ścieków rocznie. Nową jednostką RO (odwrócona osmoza), na którą kierowany jest koncentrat, zapewnia 50% odzysku z tej objętości. Oznacza to **oszczędność 60 tys. m³ wody rocznie.**

Dzięki odpowiedzialnemu wydobywaniu wody i stosowaniu obiegu zamkniętego w Tyliczu (ponowne wykorzystanie wydobytej wody do celów procesowych, czyli np. do mycia wewnętrznego i chłodzenia maszyn) każdego dnia oszczędzamy od 50 do nawet 120 tys. litrów.

 [Więcej na ten temat:](#)

[103-1], [103-2], [103-3]: Energia i emisje

Podnosimy efektywność energetyczną i ograniczamy zużycie energii

Nasz cel: Obniżenie bezpośredniej emisji dwutlenku węgla w naszej działalności o 30% oraz obniżenie emisji w działalności naszych klientów o 50% proc. do 2025 roku.

Energia z odnawialnych źródeł

Kupujemy energię ze źródeł odnawialnych. Blisko 50 proc. energii elektrycznej wykorzystanej przez nas w 2019 roku pochodziło z odnawialnych źródeł energii.

[302-1]

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

Energia elektryczna	138 713 523
Propan lub LPG	7 425 950
Gaz naturalny	108 524 611
LFO (Light Fuel Oil)	354 510

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

Energia elektryczna	108 434 989
Para (CHP)	5 817 600
Woda gorąca (CHP)	1 348 900

[302-3]

Zużycie energii na jednostkę produktu (w MJ/l produktu)

2019	2018
0,34	0,36

Instalacja odzysku ciepła ze ścieków oczyszczonych

We współpracy z firmą Carrier zainstalowaliśmy w naszym zakładzie produkcyjnym pompę ciepła, której zadaniem jest pobierać ciepło ze ścieków oczyszczonych, a następnie wykorzystywać odzyskane ciepło do celów grzewczych, w tym do ogrzewania całego budynku oczyszczalni ścieków, tj. szatni pracowników magazynu, szatni pracowników oczyszczalni, sterowni oczyszczalni, laboratorium i pomieszczeń technicznych.

Oszczędności energetyczne i wodne w zakładach Coca-Cola w efekcie realizacji inwestycji prośrodowiskowych*

Kategoria	Zakład	Szacowana całkowita roczna oszczędność wody (w m3)	Szacowana oszczędność wody w 2019 (w m3)	Szacowana całkowita roczna oszczędność energii (w kWh)	Szacowana oszczędność energii w 2019 (w kWh)
Wskaźnik zużycia energii	Staniątki	0	0	3 812 198	3 812 198
	Radzymin			2 279 000	2 279 000
	Tylicz			1 666 877	1 666 877
	Łącznie	0	0	7 758 075	7 758 075
Wskaźnik zużycia wody	Razem	28 000			
	Staniątki	194 808	717		
	Radzymin	66 100	22 833		
	Tylicz	4 950	2 500		
	Łącznie	293 858	26 050		
Wskaźnik zużycia wody/Wskaźnik zużycia energii	Staniątki	4 300	1 370	61 060	22 670
	Radzymin	5 750	10	420 000	15 000
Wskaźnik zużycia wody/Wskaźnik zużycia energii łącznie		10 050	1 380	481 060	37 670
Łącznie		303 908	27 430	8 239 135	3 161 733

[305-1], [305-2], [305-3]

Emisje CO2

rok	jednostka	zakres 1	zakres 2	zakres 3	Suma
2019	tony	17 819	25 265	370 887	413 971
2018	tony	15 345	35 228	473 460	524 033

[305-4]

Intensywność emisji gazów cieplarnianych (w g CO₂/l)

	2019	2018
zakres 1	15,49	13,25
zakres 2	21,96	30,41
zakres 3	322,31	408,74

[305-5]

Ograniczenia emisji gazów cieplarnianych

	2019	2018	Zmiana (w Mg)	Zmiana (w %)
zakres 1	17 819,07	15 345,32	2 473,75	16,12
zakres 2	25 264,66	35 228,11	- 9 963,45	- 28,28
zakres 3	370 887	473 460	- 102 572,40	- 21,66



Angażujemy się w inicjatywy i partnerstwa, w ramach których wspieramy zrównoważony rozwój

• **Climate Leadership – Coca-Cola HBC w Polsce dołączyła do inicjatywy Climate Leadership. Naszym wspólnym celem jest wsparcie wdrażania rozwiązań, które będą odpowiedzią na kryzys klimatyczny i związane z nim zagrożenia. W ramach tego projektu pracujemy nad wprowadzeniem procesu produkcji preform ze 100% recyklatu PET.**

„Rynki finansowe w coraz większym stopniu oczekują transformacji w kierunku neutralności klimatycznej. Jeżeli tylko przepisy tego nie utrudnią, w najbliższych latach we wszystkich branżach zaczną pojawiać się istotne zmiany. Zmiany te mogą

dotyczyć procesów produkcyjnych w łańcuchu wartości, samych produktów lub usług, opakowań lub form dystrybucji. Ich powodzenie będzie zależało nie tylko od świadomości liderów biznesu. Jestem przekonany, że w takich firmach, które od lat konsekwentnie wyznaczają trendy odpowiedzialności biznesu, konieczność transformacji jest oczywista. Ale o sukcesie będą decydowali klienci, ich gotowość do akceptacji pewnych ograniczeń wprowadzanych przez biznes. W imię naszego zdrowia, zdrowia planety oraz zdrowia samych firm”.

Bolesław Rok, dr hab., profesor Akademii Leona Koźmińskiego, kierownik studiów podyplomowych "CSR. Cele Zrównoważonego Rozwoju w strategii firmy"

 [Więcej o inicjatywie](#)



Docenili nas



• **Ekoinwestor 2019** – podczas Kongresu Inżynierów Przemysłu Spożywczego 21 listopada 2019 roku otrzymaliśmy tytuł Ekoinwestora w Przemśle Spożywczym. Nagrodę otrzymała Coca-Cola HBC za odzysk wody z koncentratu po nanofiltracji.



• **Wyróżnienie Ministerstwa Innowacji i Rozwoju** – dwie długofalowe inicjatywy Coca-Cola – Fundusz Kropli Beskidu i „Świat bez Odpadów” – otrzymały wyróżnienie Ministerstwa Innowacji i Rozwoju z okazji 30-lecia gospodarki wolnorynkowej.



• **Srebrny Listek CSR** przyznany przez Tygodnik Polityka i Deloitte ze szczególnym wyróżnieniem inicjatyw podejmowanych w ramach ambicji „Świata bez Odpadów”.



• **Laureat 2. miejsca oraz lider sektora FMCG w 13. Rankingu Odpowiedzialnych Firm.**



[Przeczytaj więcej](#)



Szukamy rozwiązań odpowiadających na wyzwania i potrzeby współczesnego świata

Nasze zaangażowanie społeczne jest powiązane z profilem naszej działalności i wyzwaniami współczesnego świata:

- Wspieramy rozwój przyszłych pokoleń.
- Chcemy być wiarygodnym partnerem społeczności lokalnych.
- Stawiamy na aktywizację zawodową grup stanowiących największe rezerwy na rynku pracy – są to kobiety i młodzież.

Wspieramy rozwój przyszłych pokoleń

Nasz cel: Wsparcie rozwoju miliona młodych ludzi wszędzie tam, gdzie działamy, do 2025 roku.

W celu wsparcia osób zastanawiających się nad swoją zawodową przyszłością Coca-Cola Poland Services i Coca-Cola HBC Polska przygotowały pakiet spójnych, wzajemnie uzupełniających się działań skierowanych do młodych ludzi.

Program Youth Empowered

Program Youth Empowered (YEP) to systemowa inicjatywa edukacyjna stworzona w 2017 roku z myślą o osobach młodych, niepracujących, znajdujących się poza systemem edukacji i niepodlegających szkoleń. Program wspiera proces włączenia zawodowego poprzez oferowanie uczestnikom narzędzi budujących ich potencjał i możliwości na rynku pracy.

Program Youth Empowered to:

Yep.academy

Yep.academy to platforma internetowa, która oferuje regularnie aktualizowane treści interesujące dla młodych osób, 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. Z tych narzędzi skorzystało w 2019 roku ponad 100 000 użytkowników.

www.yep.academy

Programy edukacyjne dedykowane młodym pokolenia to inwestycje społeczne, z których będziemy czerpać latami. Jestem przekonana, że to jedna ze skuteczniejszych metod zmiany świata w którym żyjemy, dlatego tak ważne jest aby przekazywana treść celowała zarówno w potrzeby młodego człowieka jak i opierała się na wartościach które chcemy pielęgnować i rozwijać. W 2019 roku dzięki Coca-Cola HBC Polska udało nam się dotrzeć z programem rozwojowym do 24 000 młodych Polaków, którzy podjęli wyzwanie ukończenia gry edukacyjnej YEP. Tak duże zainteresowanie tą formą edukacji pokazuje jak wielkie są potrzeby, tym bardziej jesteśmy jako Fundacja Sukcesu Pisane Szminką wdzięczni za inicjatywę naszego partnera.

**Olga Legosz, współzałożycielka Fundacji
Sukces Pisany Szminką**



**PRACA
nie musi być nudna**

Mobilna gra YEP

Aplikacja YEP to gra edukacyjna mająca pomóc młodym ludziom poznać ich kluczowe kompetencje oraz wejść na rynek pracy. Użytkownik jako główny bohater dokonuje w trakcie gry wyborów mających wpływ na dalszy jej przebieg i rozwiązuje zadania z wykorzystaniem 8 kluczowych umiejętności, którymi są: komunikacja, przedsiębiorczość, analityka i podejmowanie decyzji, rozumienie siebie, interakcje i sieci kontaktów oraz wyrażanie siebie oraz rozwój osobisty.

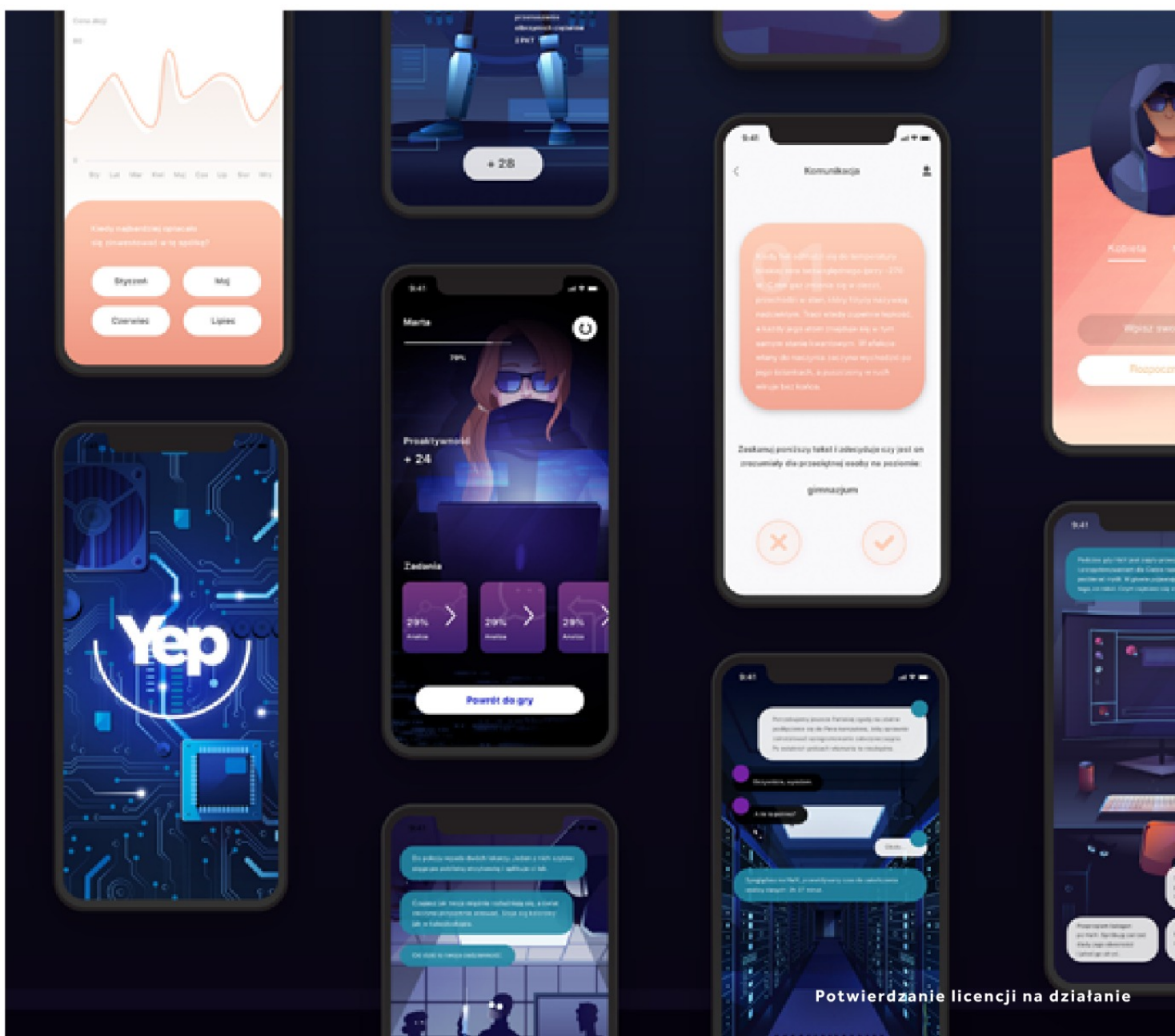
 [Dowiedz się więcej](#)

Mobilna gra YEP w liczbach:

- 37 300 pobrań od startu na jesieni 2019,
- 24 100 osób, które ukończyły grę,
- 8 220 pobrań certyfikatu ukończenia gry.

„Z badań PwC wynika, że 89% polskich pracowników wyraża chęć podnoszenia kompetencji, a nawet przekwalifikowania, by pozostać na rynku pracy i dopasować do zmieniającej się rzeczywistości. Aż 87% przyznaje, że aby lepiej zrozumieć nowe technologie, uczestniczy w kursach i szkoleniach. Jednocześnie 63% respondentów twierdzi, że postępująca automatyzacja stwarza więcej możliwości niż zagrożeń i może pomóc w rozwiązaniu kluczowych problemów współczesnego świata. Gra YEP jest narzędziem, które doskonale odpowiada na współczesne trendy, edukując poprzez rozrywkę”.

Bartłomiej Polakowski, ekspert PwC, który brał udział w powstawaniu gry



Program mentoringowy i job shadowing YEP

Z myślą o młodych ludziach, którzy chcieliby sprawdzić, jak w praktyce wygląda praca na danym stanowisku, przygotowaliśmy program mentoringowy YEP oferujący możliwość skorzystania z wiedzy pracowników systemu Coca-Cola, poznania ścieżki zawodowej w wybranym obszarze oraz zasięgnięcia porad od doświadczonych ekspertów. Dodatkowo, realizowany w naszej firmie job shadowing umożliwia młodym ludziom towarzyszenie pracownikom systemu Coca-Cola w trakcie dnia pracy, dzięki czemu osoby szkolące się mogą zobaczyć, jak w praktyce wygląda praca na danym stanowisku.

 [Dowiedz się więcej](#)

Kampania #WYBIERAM

Ponad 60 proc. dzieci będzie w przyszłości pracować

w zawodach, które jeszcze nie powstały – wynika z prognoz **Oxford University**. Na ten problem odpowiada kampania **#WYBIERAM**, której celem jest udzielenie młodym Polakom, w wieku 15-29 lat, pomocy w podejmowaniu trudnych decyzji dotyczących wyboru ścieżki zawodowej w zgodzie ze sobą, swoimi zainteresowaniami oraz predyspozycjami.

 [Zobacz nasz spot](#)

#WYBIERAM to kampania zrealizowana w ramach Youth Empowered i platformy YEP Academy. To realizacja naszego zobowiązania, zgodnie z którym do 2025 roku przeszkolimy i pomożemy wejść na rynek pracy 1 milionowi młodych osób. #WYBIERAM jest częścią kampanii komunikacyjnej Coca-Cola #WCIAŻMIENIAMY, w której firma pokazuje, jak odpowiada na wyzwania współczesnego świata.



Aktywizujemy kobiety

Od wielu lat działamy na rzecz aktywizacji zawodowej kobiet. Coca-Cola zobowiązała się, że do 2020 roku wesprze 5 milionów kobiet na całym świecie. Nasze działania w Polsce są realizowane we współpracy z Fundacją Sukcesu Pisanego Szminką.

Nasz cel: Wspomaganie powrotu kobiet na rynek pracy, ich rozwoju zawodowego, pomoc w zakładaniu własnego biznesu.

Sukces TO JA

„Sukces TO JA” to dedykowana przedsiębiorczym kobietom kompleksowa platforma internetowa, seria szkoleń i warsztatów, a także coroczny patronat nad konkursem Bizneswoman Roku. Platforma www.sukcestoja.pl to skarbnica wiedzy na temat zakładania własnego biznesu, powiększania kompetencji zawodowych oraz motywacji. Znajdziemy tam również **DNA SuXesu** – cykl rozmów z ekspertami, mentorami i psychologami o emocjach, nawykach, sposobach na lepsze zrozumienie siebie oraz innych, a także skuteczniejsze działanie i komunikację. Platforma zawiera praktyczne rady i wskazówki, dzięki którym można w prosty sposób rozwijać swoje kompetencje oraz umiejętności. „Sukces TO JA” to także sieć lokalnych ambasaderek w 30 miastach w całej Polsce, które na co dzień wspierają kobiety, prowadzą spotkania i szkolenia.

- Średnia ocena satysfakcji uczestniczek konferencji i warsztatów realizowanych w ramach programu Sukces TO JA wynosi 5,8 w skali od 1 do 6.
- Aż 98,7% uczestniczek poleca Sukces TO JA znajomym.
- Wolne miejsca na warsztaty prowadzone w ramach projektu Sukces TO JA rozchodzą się błyskawicznie - w 15 minut od rozpoczęcia zapisów.
- Do tej pory z programu skorzystało 400 000 kobiet.

MyOla – pierwsza w Polsce mobilna przyjaciółka

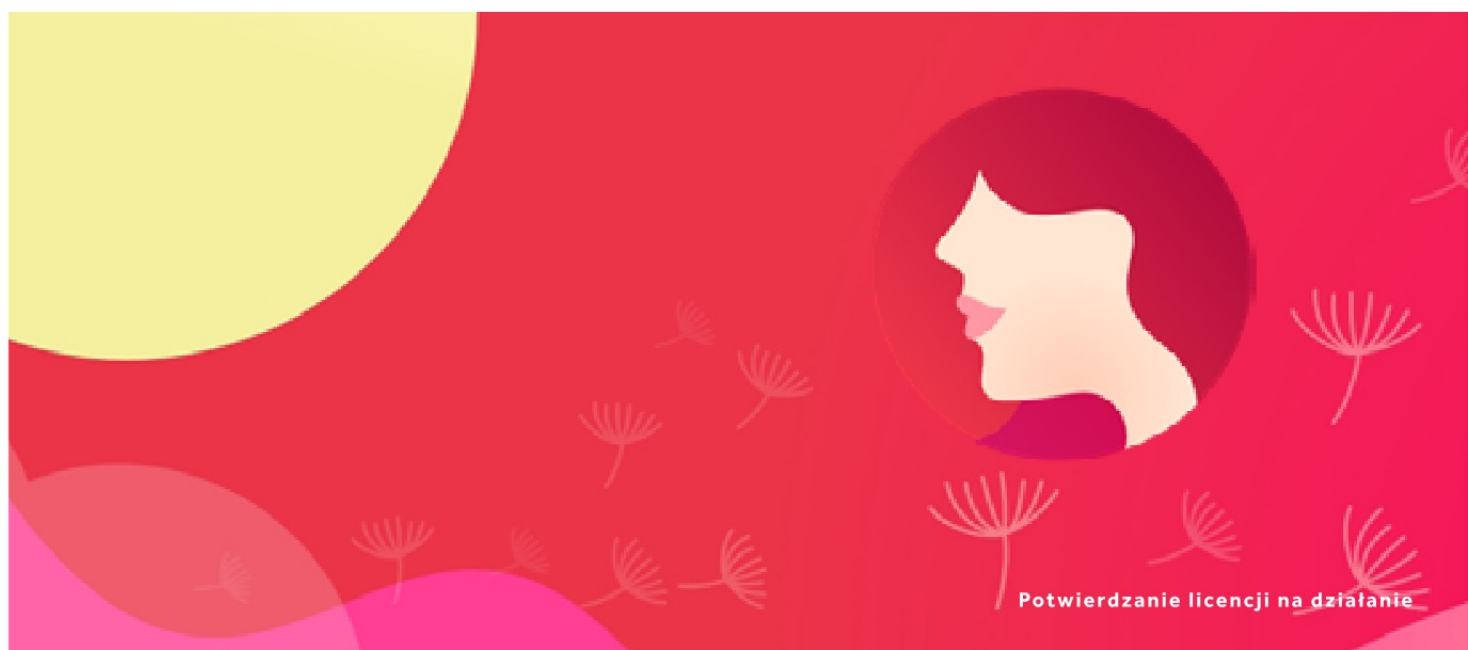
Aż 60 proc. Polek poświęca na korzystanie ze smartfonu do 4 godzin dziennie, a prawie ¾ sprawdza telefon co pół godziny. Jednocześnie blisko 90 proc. nie zna narzędzi do pokonywania własnych problemów. Coca-Cola wraz Fundacją Sukcesu Pisanego Szminką postanowiły to zmienić i stworzyły pierwszą w Polsce mobilną przyjaciółkę, aplikację MyOla - #JestemTuDlaCiebie. Aplikacja ma pomóc Polkom w rozwoju zawodowym i osobistym. Zawiera cztery główne kategorie: ja, związek, rodzina i kariera, a w każdej z nich nagrania wyjaśniające zagadnienie oraz rozmowy z psychologami, ekspertami i mentorami biznesu. MyOla to także zestaw medytacji i ćwiczeń oddechowych.

„MyOla jest narzędziem niosącym wsparcie i dającym przydatną wiedzę nie tylko kobietom, ale też mężczyznom. Dziś pędzimy wszyscy, a każdy z nas marzy o tym, by świadomie budować swoje szczęście. MyOla, która powstała z serca, na bazie wieloletniego doświadczenia cudownych ekspertów, ma misję, by pomóc nam w budowie lepszego życia i większego zadowolenia”.

Olga Kozierowska, prezes Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką i pomysłodawczyni aplikacji MyOla

Konkurs Bizneswoman Roku

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



Chcemy być wiarygodnym partnerem społeczności lokalnych

Wierzimy, że razem możemy zrobić więcej, działamy na rzecz dobra wspólnego.

Nasi pracownicy angażują się na rzecz lokalnych społeczności

Nasz cel: Zaangażowanie przynajmniej 10% pracowników w akcje wolontariackie.

Jesteśmy blisko lokalnych społeczności, z którymi czujemy się silnie związani, dlatego w naturalny sposób angażujemy się jako wolontariusze w rozwiązywanie lokalnych problemów społecznych. Wolontariat jest dla nas wartością i chcemy, aby każdy pracownik miał możliwość włączyć się w takie działania, jeśli tylko czuje taką potrzebę. Dlatego każdy z nas może poświęcić jeden dzień w roku, w godzinach pracy, na działalność wolontariacką.

Krzysztofa Belz, kierownik ds. relacji zewnętrznych i CSR w Coca-Cola HBC Polska

 [Zobacz też:](#) Czym jest wolontariat, jak rozumieć to pojęcie i czy warto się w to angażować?:

Nasz wolontariat:

• Wolontariat kompetencyjny

Jak wynika z informacji zwrotnej od uczestników, to ważne narzędzie dzielenia się wiedzą i wspierania młodych ludzi na etapie wyboru ścieżki zawodowej. W ramach programu mentoringowego pokazujemy różne możliwości rozwoju i umożliwiamy młodym ludziom weryfikację postrzegania przez nich danej roli zawodowej z tym jak rzeczywistość ona wygląda.

 [Przeczytaj więcej o programie mentoringowym](#)

• Wolontariat akcyjny

#biegamzbieram

Cykliczna akcja łącząca radość z biegania ze sprzątaniami okolicznych terenów zielonych, tzw. plogging (plock up – szwedz. oraz jogging – ang., czyli podnieść i truchtać). Plogging w Coca-Cola jest oddolną inicjatywą pracowników, którzy organizują akcje zbierania śmieci po aktywności fizycznej na świeżym powietrzu – spacerze, truchtaniu, bieganiu, jeździe na rolkach lub rowerze – w swoich okolicach i miejscu pracy. Akcja wpisała się na stałe w nasze kalendarze.

 [Zobacz też](#)

Sprzątanie świata

Akcja organizowana systematycznie od kilku lat. Do sprzątania zawsze wybieramy tereny publiczne wzdłuż rzek i dróg dojazdowych oraz okoliczne lasy. W 2019 roku porządkowaliśmy w Warszawie Las Kabacki, tereny wzdłuż Kanału Żerańskiego i tereny wokół naszych zakładów w Tylliczu, Staniątkach i Radzyminie. Łącznie zebraliśmy ponad 2 tony odpadów.

„Grasz w Kolory?”

Wydarzenie edukacyjne zorganizowane wspólnie z PGE Narodowym oraz firmą Rekopol. Akcja łączyła działania edukacyjne w dziedzinie recyklingu z działaniem na rzecz „Świata bez Odpadów”. Kulminacyjnym elementem wydarzenia było zbieranie odpadów wzdłuż brzegu Wisły, w które zaangażowali się wolontariusze Coca-Cola oraz mieszkańcy Warszawy. Podobna inicjatywa odbyła się również w Krakowie.

 [Zobacz też](#)

Granty na wolontariat pracowniczy

Każdy pracownik ma możliwość zgłaszania propozycji autorskich rozwiązań, ocenianych później przez specjalną komisję, w skład której wchodzi niezależni eksperci zewnętrzni. Pracownicy mogą angażować własne rodziny, przyjaciół i przedstawicieli lokalnych społeczności i wspólnie realizować ważne dla społeczności projekty. W 2019 roku sfinansowaliśmy ponad 30 projektów wspierających m.in. bioróżnorodność, aktywizację dot. segregacji odpadów i recyklingu opakowań, edukację dzieci i młodzieży oraz działania aktywizujące uchodźców.

Współpracujemy z dostawcami w ważnych środowiskowo i społecznie tematach

Z okazji Światowego Dnia Środowiska w czerwcu 2019 roku wraz z firmą CHEP, dostawcą rozwiązań dla łańcucha dostaw, zainicjowaliśmy wyjątkowe ekowyzwanie. Pracownicy obu firm mogli wesprzeć powstanie kolejnej miejskiej łąki w Warszawie; zostawić samochód w garażu i przesiąść się na rowery, hulajnogi lub rolki, a następnie mierzyć dystans z pomocą aplikacji Endomondo. Wykręcone w ten sposób kilometry przeliczyliśmy na wsparcie finansowe, które trafiło do Fundacji Łąka zakładającej łąki miejskie. W ramach akcji wspólnie z wolontariuszami naszych firm założyliśmy łąkę miejską przy ulicy Żwirki i Wigury w Warszawie.

W środowisku naturalnym czujemy się „Jak ryba w wodzie”

10 maja 2019 r. w naszym zakładzie w Tyliczu wspólnie z partnerami: Lasami Polskimi, Polskim Związkiem Wędkarskim oraz firmą Feniks Recycling zorganizowaliśmy Dzień dla środowiska „Jak ryba w wodzie”. Dla pracowników zorganizowaliśmy szkolenia z zakresu segregacji odpadów. Reaktywaliśmy firmowy program Near Loss pozwalający na zgłaszanie strat środowiskowych lub szans i optymalizacji w zakresie: zużycia wody, energii, zużycia pary wodnej, chemikaliów, segregacji odpadów i innych. Do udziału w części programu zaproszone zostały dzieci ze szkół podstawowych z sąsiednich miejscowości.

W 2019 roku blisko 300 naszych pracowników przepracowało ponad 2500 godzin na rzecz innych.

Realizujemy podjęte zobowiązania:

Fundacja Coca-Cola

The Coca-Cola Foundation jest głównym ramieniem międzynarodowej filantropii w naszej firmie. Realizuje zobowiązanie The Coca-Cola Company do **corocznego przekazywania na cele charytatywne 1% przychodów operacyjnych koncernu za rok poprzedni**. Dotacje

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

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

 [Dowiedz się więcej o Fundacji](#)

Fundacja Coca-Cola w liczbach:

W 2019 roku Fundacja wraz z Coca-Cola udzieliły wsparcia o łącznej wartości 125 milionów dolarów, pomagając 294 organizacjom w 129 krajach. Od powstania w 1984 roku przekazała łącznie ponad 1 miliard dolarów na rzecz lokalnych społeczności na całym świecie.



Reagujemy na bieżące potrzeby

Wspieramy walkę z koronawirusem

Wierzymy, że razem możemy zrobić więcej. Jesteśmy tam, gdzie jest taka potrzeba. W marcu 2020 roku przyłączyliśmy się do ogólnopolskiej walki z wirusem SARS-CoV-2. Przekazaliśmy wodę oraz inne napoje niemal 40 szpitalom w całej Polsce.

Działamy razem z WOŚP

23 marca 2020 Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy uruchomiła Fundusz Interwencyjny do walki z koronawirusem. Byliśmy pierwszą firmą w Polsce, która wsparła tę inicjatywę.

Przekazaliśmy 1,6 mln zł na zakup 150 kardiomonitorów ułatwiających monitorowanie stanu zdrowia pacjentów.

Wartość całkowita naszego wsparcia dla niosących pomoc służb medycznych w kluczowej fazie pandemii w Polsce wyniosła ponad 2,6 mln złotych.

 [Zobacz też](#)

W czasie obostrzeń epidemicznych kilkudziesięciu wolontariuszy z naszej organizacji udzieliło aktywnego wsparcia Bankom Żywności. Nasi pracownicy brali udział w przygotowywaniu i rozwożeniu paczek żywnościowych dla potrzebujących.

Wspieramy
POLSKIE SZPITALA
ZAKAŻNE

**TO NASZA
WSPÓLNA
SPRAWA**

Od kwietnia aż do odwołania wstrzymujemy działania reklamowe Coca-Cola i naszych pozostałych marek.

W tym czasie skupiamy się na zapewnieniu bezpieczeństwa naszym pracownikom i społecznościom.

The Coca-Cola Company, nasi rozlewczy i Fundacja Coca-Cola w Atlancie przekazują ponad 120 milionów dolarów na pomoc w walce z COVID-19.

Nasze pilne wsparcie koncentruje się na zapewnieniu sprzętu ochronnego i napojów pracownikom służby zdrowia i dostawach żywności dla najbardziej potrzebujących.

Postępujemy tak, bo po prostu tak trzeba i dlatego, że działając razem, możemy więcej.



[102-46]

O Raporcie

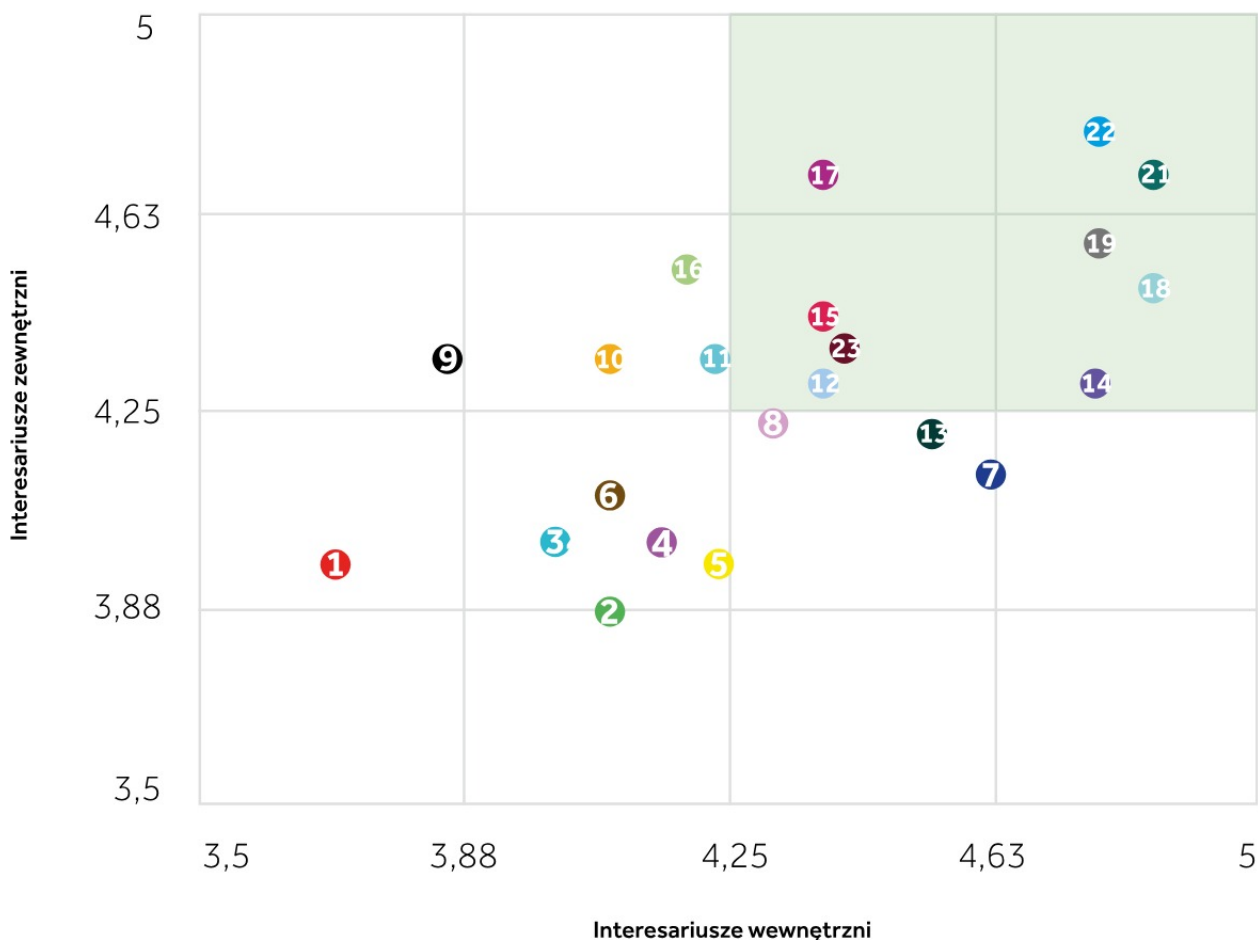
W celu aktualizacji wiedzy o interesariuszach oraz kluczowych obszarach odpowiedzialności:

- przygotowaliśmy i przeprowadziliśmy sesję dialogową z interesariuszami, dotyczącą opakowań;
- zaprosiliśmy interesariuszy do wskazania istotnych

tematów. W tym celu przygotowaliśmy ankietę, która została przeprowadzona wśród interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych (30% wypełniających to interesariusze zewnętrzni, 70% to pracownicy).

W oparciu o wyniki powyższych działań powstała matryca istotności obszarów odpowiedzialności dla systemu Coca-Cola w Polsce pozwalająca na określenie optymalnej struktury raportu.

[102-47]



- | | |
|--|--|
| ● 1. bezpieczeństwo danych konsumenta | ● 13. emisja gazów cieplarnianych |
| ● 2. odpowiedzialna komunikacja marketingowa | ● 14. włączanie kwestii środowiskowych i społecznych w wymaganiach wobec dostawców |
| ● 3. prawa człowieka | ● 15. jakość produktów |
| ● 4. różnorodności i równe traktowanie | ● 16. wpływ na gospodarkę |
| ● 5. przeciwdziałanie dyskryminacji | ● 17. zdrowie i bezpieczeństwo pracowników |
| ● 6. wpływ na bioróżnorodność | ● 18. opakowania jako element gospodarki obiegu zamkniętego |
| ● 7. zdrowie i zdrowy tryb życia | ● 19. zarządzanie odpadami |
| ● 8. zużycie energii | ● 21. wykorzystywanie surowców do produkcji opakowań |
| ● 9. etyka i przeciwdziałanie korupcji | ● 22. wykorzystanie zasobów naturalnych - woda |
| ● 10. edukacja i rozwój pracowników | ● 23. zaangażowanie społeczne / relacje ze społecznościami lokalnymi |
| ● 11. wpływ na rynek pracy | |
| ● 12. skład produktów | |

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

1. Wykorzystanie zasobów naturalnych – woda
2. Wykorzystanie surowców do produkcji opakowań i zarządzanie odpadami
3. Jakość produktów – wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo klienta
4. Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników
5. Włączanie kwestii społecznych i środowiskowych do wymagań wobec dostawców
6. Zaangażowanie społeczne i relacje ze społecznościami lokalnymi

Niniejszy raport zrównoważonego rozwoju 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. Jest to czternasty raport zrównoważonego rozwoju wydany przez spółkę Coca-Cola HBC.

W lipcu 2019 roku nastąpiło połączenie w jedną jednostkę biznesową spółek Coca-Cola działających w Polsce oraz w krajach bałtyckich. Niniejszy raport odnosi się wyłącznie do działalności Coca-Cola HBC Polska i wybranych działań Coca-Cola Poland Services w Polsce.

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

Dokument został przygotowany zgodnie z GRI Standards w wersji podstawowej („Core”). Obejmuje działalność spółek systemu Coca-Cola w Polsce w okresie od 1 stycznia 2019 r. do 31 grudnia 2019 r. i stanowi kontynuację poprzedniego raportu, opublikowanego w 2019 roku i zawierającego dane za rok 2018. Spółki przygotowują raport w cyklu rocznym.

[102-49]

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

[102-56]

Raport nie został poddany niezależnej weryfikacji zewnętrznej.

Część z zaprezentowanych danych stanowi element regionalnego i globalnego systemu raportowania wyników społecznych i środowiskowych spółek systemu Coca-Cola, których rzetelność podlega kontroli.

Znacząca część zaprezentowanych w raporcie wyników podlega cyklicznym audytom zewnętrznym (np. zgodnie z normami: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, FFSC 22000). Zasadnicze obszary działalności są objęte regularnymi audytami wewnętrznymi.++

[102-53]

Osoba kontaktowa

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

Krzysztofa Belz

Kierownik ds. relacji zewnętrznych i CSR

Coca-Cola HBC Polska

ul. Annopol 20

03-236 Warszawa

email: krzysztofa.belz@cchellenic.com

Gabriela Bar

Public Affairs and Communications Manager Coca-Cola Poland Services Sp. z o.o.

Al. Armii Ludowej 26

00-609 Warszawa

email: gbar@coca-cola.com

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



Tabela GRI

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Strona w raporcie
Profil organizacji		
102-1	Nazwa organizacji	4
102-2	Opis działalności organizacji, główne marki, produkty i/lub usługi	4
102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	Coca-Cola HBC Polska sp. z o.o.: ul. Żwirki i Wigury 16; 02-092 Warszawa, Polska Coca-Cola Poland Services sp. z o.o.: ul. Armii Ludowej 26; 00-609 Warszawa
102-4	Lokalizacja działalności operacyjnej	Polska
102-5	Forma własności i struktura prawna organizacji	4
102-6	Obsługiwane rynki	4
102-7	Skala działalności	4
102-8	Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji	6
102-9	Opis łańcucha dostaw	7
102-10	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości	5
102-11	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	7
102-12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	36
102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach i organizacjach	35
Strategia		
102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	2
102-15	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	2
Etyka i uczciwość		
102-16	Wartości organizacji, kodeks etyki, zasady i normy zachowań	19
102-17	Mechanizmy umożliwiające uzyskanie porady dot. zachowań w kwestiach etycznych i prawnych oraz spraw związanych z integralnością organizacji	19

Ład korporacyjny

102-18	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy	5
--------	--	---

Zaangażowanie interesariuszy

102-40	Lista grup interesariuszy zaangażowanych przez organizację raportującą	35
102-41	Pracownicy objęci umowami zbiorowymi	W Coca-Cola HBC nie ma zbiorowego układu pracy
102-42	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy zaangażowanych przez organizację	35
102-43	Podejście do zaangażowania interesariuszy włączając częstotliwość zaangażowania według typu i grupy interesariuszy	35
102-44	Kluczowe tematy i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	8

Praktyka raportowania

102-45	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	nie dotyczy
102-46	Proces definiowania treści raportu	54
102-47	Zidentyfikowane istotne tematy	54
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)	nie dotyczy
102-49	Znaczne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	54
102-50	Okres raportowania	54
102-51	Data publikacji ostatniego raportu	54
102-52	Cykl raportowania	54
102-53	Dane kontaktowe	55
102-54	Wskazanie czy raport sporządzono zgodnie ze Standardem GRI w opcji Core lub Comprehensive	54
102-55	Indeks GRI	57
102-56	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu	54

Zgodność i przeciwdziałanie korupcji

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	19
-------	--	----

103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	19
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	19
205-2	Szkolenia dla pracowników i kadry menedżerskiej poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym	21
205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie	21
307-1	Niezgodność z prawem i regulacjami w kwestiach środowiskowych	brak

Zasoby i odpady

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	14
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	14
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	14
301-1	Surowce według wagi i objętości	40
301-3	Odzyskane produkty oraz opakowania	15
306-2	Odpady według typu i sposobu zagospodarowania	14

Energia i emisje

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	42
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	42
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	42
302-1	Zużycie energii w organizacji	42
302-3	Energochłonność	42
305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)	43
305-2	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)	43
305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)	43
305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	44
305-5	Ograniczenia emisji gazów cieplarnianych	44

Woda i ścieki

103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	40
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	40
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	40
303-3	Pobór wody	40
303-4	Odprowadzanie wody	41

303-5	Zużycie wody	41
Zatrudnienie i rozwój		
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	21
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	21
103-3	Ewaluacja podjęcia do zarządzania	21
401-1	Łączna liczba i odsetek nowych pracowników zatrudnionych oraz łączna liczba odejść w okresie raportowania	32
401-2	Świadczenia dodatkowe (benefity) zapewniane pracownikom pełnoetatowym	21
401-3	Urlopy rodzicielskie	31
404-1	Liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia	21
404-2	Programy rozwoju kompetencji zawodowych	21
404-3	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądom rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia	23
Zdrowie i bezpieczeństwo		
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	25
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	25
103-3	Ewaluacja podjęcia do zarządzania	25
403-2	Procesy identyfikacji zagrożeń, ocena ryzyka oraz badania wypadków	26
403-3	Jednostka odpowiadająca za zarządzanie bezpieczeństwem pracy,	25
403-6	Promocja zdrowia wśród pracowników	25
403-7	Profilaktyka i ograniczanie zjawisk i zdarzeń zawodowych wpływających na zdrowie i bezpieczeństwo pracowników	26
403-9	Wskaźnik urazów związanych z pracą	28
403-10	Wskaźnik chorób zawodowych	28
Różnorodność i przeciwdziałanie dyskryminacji		
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	23
103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	23
103-3	Ewaluacja podjęcia do zarządzania	23
405-1	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku, przynależności do mniejszości oraz innych wskaźników różnorodności	24

406-1	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji	24
Produkt: Zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta, marketing i oznakowanie		
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	10
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	11
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	11
416-1	Ocena wpływu poszczególnych kategorii produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo konsumenta	11
416-2	Przypadki niezgodności z prawem i regulacjami w kwestiach wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	11
417-1	Obowiązki dotyczące oznakowania produktów i usług	12
417-2	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnym kodeksami dotyczącymi oznakowania i informacji o produktach i usługach	13
417-3	Całkowita liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnym kodeksami regulującymi kwestie komunikacji marketingowej	13
Ocena społeczna i środowiskowa dostawców		
103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	7
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	7
103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	7
308-1	Nowi dostawcy, którzy zostali zweryfikowani przy wykorzystaniu kryteriów środowiskowych	7
414-1	Odsetek nowych dostawców, którzy zostali poddani ocenie wg kryteriów społecznych	7



