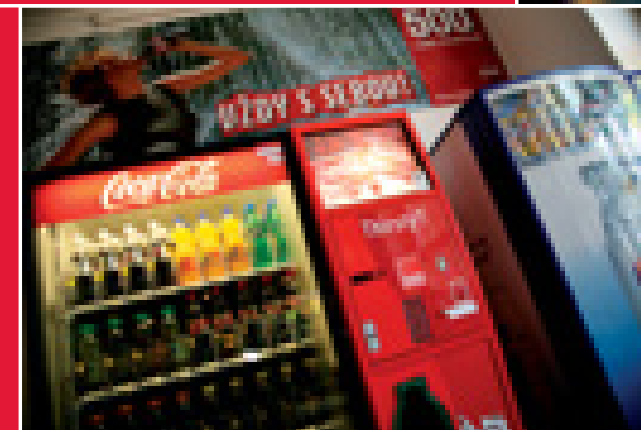


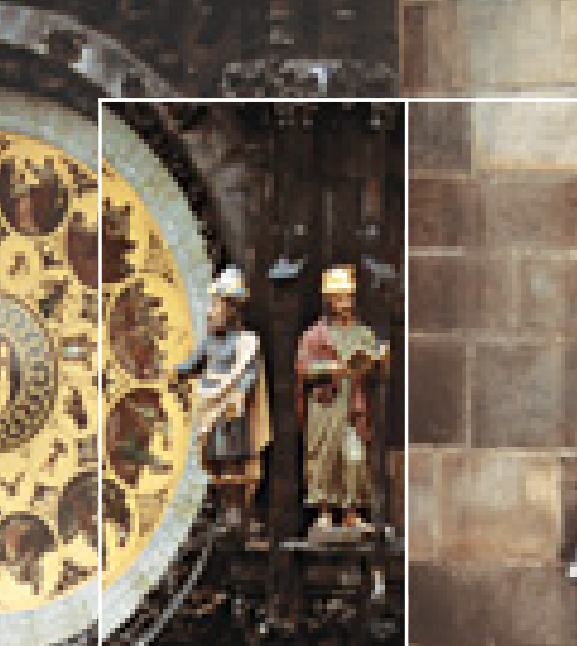


Zpráva o sociální odpovědnosti společnosti **2007**
Coca-Cola HBC Česká republika

Úvod

Představení společnosti Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o.



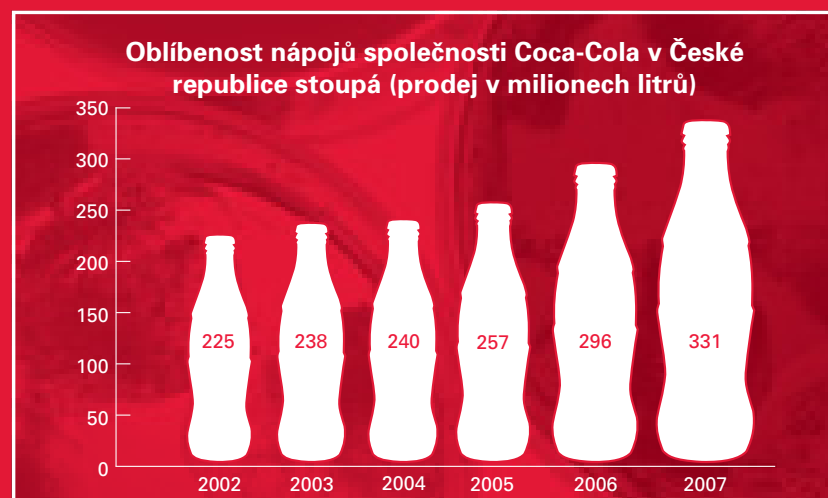


Vážení čtenáři,

držíte v ruce druhé vydání Zprávy o sociální odpovědnosti naší společnosti v České republice, tentokrát za rok 2007. V této Zprávě naleznete opět informace nejen o naší firmě, ale také o našem okolí, o komunitách, které podporujeme, o našich zaměstnancích a o pracovním prostředí, které společně tvoříme a vylepšujeme, o životním prostředí a o programech, které na jeho ochranu implementujeme, či o našich spotřebitelích a zákaznících, jejichž preference sledujeme a na jejichž přání reagujeme.

Loňské, historicky první vydání Zprávy o sociální odpovědnosti se setkalo s pozitivními ohlasy, proto chceme v jejím vydávání pokračovat – druhým vydáním jsme tedy zahájili novou tradici. Jejím prostřednictvím Vás chceme pravidelně seznamovat s činnostmi naší společnosti, které sice nejsou často zmiňovány, ale které jsou v našem firemním vnímání stejně důležité jako například ukazatele prodeje či interní finanční analýzy. Cítíme se být součástí české přítomnosti a chceme i svou měrou přispět k rozvoji společnosti kolem nás.

Tomáš Kadlec,
generální ředitel



System Coca-Cola

System Coca-Cola je tvořen po celém světě společností The Coca-Cola Company a jejími partnery. The Coca-Cola Company, která je vlastníkem značek a merchandisingových práv, vyrábí základní suroviny pro nealkoholické nápoje a vytváří charakter a marketing jednotlivých nápojů. Společnost poskytuje výrobním a distribučním organizacím časově a územně omezená oprávnění k tomu, aby vyráběly a distribuovaly hotové nealkoholické nápoje. V České republice je tímto partnerem společnost Coca-Cola Hellenic.

Členem skupiny Coca-Cola Hellenic, jednoho z největších světových producentů značkových nápojů společnosti The Coca-Cola Company, který operuje ve 28 zemích Evropy, Asie a Afriky a nabízí nápoje více než 500 milionům spotřebitelů, je Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o. Do 31. 3. 2008 působila pod obchodním názvem Coca-Cola Beverages Česká republika, spol. s r.o. V České republice spolupracujeme s více než 40 000 zákazníků. Provozujeme deset obchodních a distribučních center, jejichž prostřednictvím dovážíme své výrobky obchodním partnerům a díky nim i konečným spotřebitelům. Zaměstnáváme téměř 1300 zaměstnanců a na každé pracovní místo navazuje několik dalších u našich dodavatelsko-odběratelských partnerů.

Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o.

Českobrodská 1329
198 21 Praha 9-Kyje
Tel.: +420 283 015 111
Fax: +420 281 862 018

IČO: 41189698
DIČ: CZ41189698
www.coca-cola.cz
vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com

Poslání společnosti Coca-Cola Hellenic

My, zaměstnanci společnosti Coca-Cola Hellenic, budeme

- » poskytovat osvěžení našim spotřebitelům
- » partnery našim zákazníkům
- » vytvářet hodnoty pro naše akcionáře
- » ...a obohacovat život místních komunit

Hellenic Coca-Cola
Passion for Excellence



Společensky odpovědná firma

Cílem společnosti Coca-Cola HBC Česká republika, jako člena skupiny Coca-Cola Hellenic, je, aby byla nejen komerčně úspěšná, ale též dodržovala etické zásady a byla sociálně a ekologicky zodpovědná.

Tento závazek společenské zodpovědnosti je podložen programem Citizenship@Coca-Cola – společným prohlášením o závazcích a principech, které vydaly společnosti The Coca-Cola Company, Coca-Cola Hellenic a ostatní klíčoví výrobci. Tyto závazky a principy jsou základem činnosti firmy a také základem této zprávy.

Citizenship@Coca-Cola stojí na čtyřech základních pilířích: pracovním prostředí, životním prostředí, tržním prostředí a spolupráci s místními komunitami.



Pracovní prostředí: vytvářet otevřené a vstřícné prostředí, kde pracují vysoce motivovaní, produktivní a odhodlaní zaměstnanci.



Prostředí trhu: nabízet takové produkty a služby, které vycházejí z potřeb našich spotřebitelů a pomáhají prodejcům v jejich podnikání.



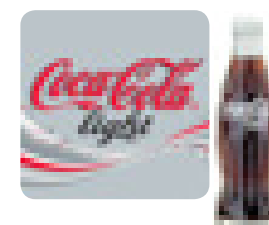
Životní prostředí: řídit naše podnikání takovým způsobem, který chrání životní prostředí, a integrovat principy udržitelného rozvoje do rozhodování a procesů.



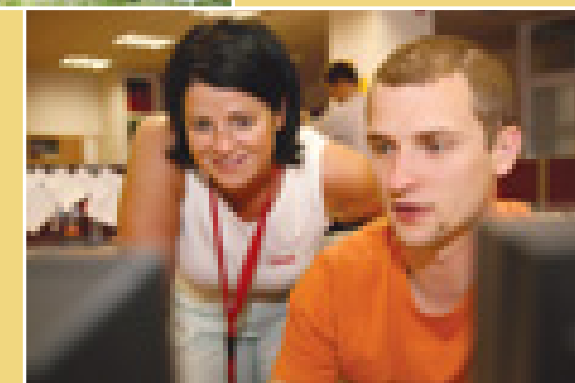
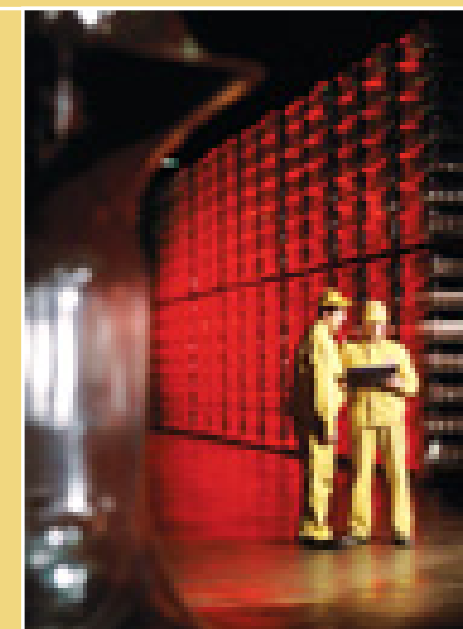
Spolupráce s komunitami: investovat čas, znalosti a zdroje a být tím svému okolí nejen ekonomickým přínosem, ale také podporovat soužití s místními komunitami pomocí lokálně významných aktivit.

Rozmanitost a výběr

V naší nabídce lze nalézt sycené nealkoholické nápoje, balené vody a vody s příchutí, džusy, nektary, sportovní nápoje, nápoje na bázi kávy, čaje i výtažku z bylin. Naším cílem je, abychom byli na dosah ruky pokaždé, když někdo dostane chuť na nealkoholický nápoj, a abychom vždy nabídli takový nápoj, který se pro danou chuť, náladu, příležitost a životní styl nejlépe hodí.



Pracovní prostředí



Pracovní prostředí

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika se řídí těmito základními principy a pravidly:

- » vytvářet silný vztah s našimi zaměstnanci díky otevřené komunikaci
- » jednat se zaměstnanci čestně, s úctou a respektem
- » řídit se zákony platnými v České republice
- » podporovat se vzájemně k co nejlepšímu výkonu
- » odměňovat zaměstnance na základě jejich pracovního výkonu
- » nabízet zaměstnancům příležitost k osobnímu a profesnímu rozvoji
- » zajišťovat bezpečnost a ochranu zdraví při práci

Pravidla obchodního chování

Zaměstnanci společnosti Coca-Cola Hellenic se řídí tzv. Pravidly obchodního chování, která platí pro všechny zaměstnance firmy Coca-Cola Hellenic a všech jejích dceřiných společností. Tato pravidla pomáhají zaměstnancům jednat tak, aby to bylo v souladu se všemi zákony a vnitřními předpisy společnosti Coca-Cola Hellenic. Každý zaměstnanec při nástupu do společnosti obdrží jeden výtisk Pravidel obchodního chování, do něhož může vždy nahlédnout, když si v nějaké situaci není jistý: co je a co není střet zájmů, jakou pozornost lze přijmout a co je již úplatkem, jak používat a chránit majetek společnosti atd.

Postup při zaměstnávání

V naší společnosti podporujeme princip rovných příležitostí. Výběr je prováděn bez ohledu na rasu, barvu pleti, náboženské vyznání, pohlaví, sexuální orientaci, státní příslušnost, národnost, tělesné postižení či invaliditu. Tam, kde to charakter práce umožňuje, nabízíme svým zaměstnancům práci na zkrácené pracovní úvazky, práci z domova či flexibilní pracovní dobu.

Průzkumy spokojenosti zaměstnanců

Společnost Coca-Cola Hellenic každý rok zjišťuje spokojenost a motivovanost svých zaměstnanců pomocí anonymně vyplňovaných dotazníků, které zpracovává nezávislá společnost. Výsledky průzkumů se prezentují všem zaměstnancům společnosti a na jejich základě jsou implementovány příslušné změny a vylepšení. V roce 2007 se průzkumu zúčastnilo 928 respondentů, což je 73 % z celkového počtu zaměstnanců společnosti Coca-Cola HBC Česká republika. Tabulka udává poměr respondentů, kteří na dané tvrzení odpověděli „souhlasím“ nebo „rozhodně souhlasím“.

	2006	2007
Být součástí společnosti Coca-Cola Hellenic mne motivuje k tomu, abych dělal víc, než se ode mne očekává.	56 %	63 %
Doporučil bych společnost Coca-Cola Hellenic jako skvělého zaměstnavatele.	56 %	63 %
Práce, kterou dělám, je pro mne výzvou.	66 %	73 %

Rozvoj a osobní růst zaměstnanců

Svým zaměstnancům poskytujeme neomezenou příležitost přispět ke společnému úspěchu pomocí osobní účasti a náročných odpovědností. Věříme, že pro kvalitu práce každého zaměstnance je třeba, aby se všichni učili při práci a školili se tak, aby získali potřebné schopnosti. Zaměstnancům umožňujeme různé tréninky, zaměřené buď na tzv. měkké (např. prezentační či komunikační) dovednosti, nebo tvrdé dovednosti (zvyšování znalostí práce na PC, technická školení či kurzy angličtiny). Každý nově nastupující zaměstnanec prochází vstupním školením, prostřednictvím kterého se dozví všechny důležité informace o fungování společnosti. Na většinu pozic se vypisují interní výběrová řízení a každý zaměstnanec má možnost se do nich přihlásit.

V září 2007 jsme uvedli do provozu tzv. tréninkovou aplikaci na firemním intranetu, do které má přístup každý uživatel firemního počítače. Všichni si tak mohou kdykoliv ověřit, která povinná školení mají pro daný kalendářní rok naplánovaná, jaká je nabídka rozvojových tréninků – a také se mohou přihlásit na vybrané termíny.

	počet uspořádaných školení a tréninků	počet účastníků školení a tréninků
legislativní školení	307	3072
z toho BOZP a PO	114	1155
školení standardních operačních postupů	752	2635
z toho systém řízení kvality (QMS)	24	225
systém řízení ochrany životního prostředí (EMS)	44	420
analýza rizik a systém kritických kontrolních bodů (HACCP)	1	183
rozvojové kurzy	247	1513
z toho manažerské kurzy	3	29
obchod a marketing	172	1185
počítačové dovednosti	7	28
ostatní rozvojové kurzy	65	271
celkem	1306	7220

Z tabulky vyplývá, že při počtu 1280 zaměstnanců každý z nich absolvoval v průběhu roku více než 5,5 tréninku.



Odměňování

Odměňování zaměstnanců společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je založeno na principu celkové odměny, v němž je pravidelná fixní mzda jen základní složkou, na niž dále navazuje variabilní složka odměny, jejíž výši mohou zaměstnanci ovlivňovat svým pracovním výkonem, a nefinanční benefity. Za jeden z hlavních benefitů považujeme příležitost ke vzdělávání a rozvoji či k mezinárodní kariéře. Kromě standardních benefitů, jako je kupříkladu příspěvek na stravování, týden dovolené navíc, fasování nápojů a podobně, mají naši zaměstnanci možnost zapojit se do programu nákupu zaměstnaneckých akcií a přímo se tak podílet na výsledcích celé společnosti. Pro zaměstnance, kteří pracují pro naši společnost 5, 10 nebo 15 let, připravujeme oslavu, jejíž součástí je slavnostní večer spojený s poděkováním a předáváním dárků.

Firemní komunikace

Komunikace ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je otevřená a bezbariérová. Hlavními komunikačními nástroji jsou:

- » zaměstnanecký časopis Kompas/Coctail, který vychází čtyřikrát ročně a v němž se lze dočíst o novinkách ve firmě, o zajímavých projektech či lidech, o úspěších obchodních zástupců na trhu atd. Magazín vzniká především díky desítkám přispěvovatelů z řad zaměstnanců, kteří sami píšou články o důležitých a aktuálních událostech ve svých odděleních;
- » intranet, který funguje jako informační rozcestník. Zaměstnanci zde najdou odkazy do tréninkové aplikace či na obchodní reporty, dále telefonní seznam, veškerá oznámení o personálních změnách a interních konkurzech na volné pracovní pozice, multimediální knihovnu a mnoho dalších užitečných a zajímavých aplikací a informací;
- » nástěnky, na kterých si i zaměstnanci bez přístupu k počítačům mohou přečíst interní oznámení či konkurzy nebo pozvánky na různé firemní akce;
- » v roce 2007 jsme zprovoznili pilotní část nového komunikačního kanálu s názvem „TV on the Go“. Prozatím byly v pražském výrobním závodě rozmístěny tři velkoplošné obrazovky, na kterých se promítají aktuální informace ze života celé společnosti Coca-Cola Hellenic. Uvažujeme o rozmístění dalších obrazovek nejen ve výrobním závodě, ale i na pobočkách.

Rada zaměstnanců

Rada zaměstnanců ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika reprezentuje zaměstnance a zajišťuje komunikaci mezi nimi a vedením společnosti. Členové rady jsou voleni zaměstnanci jednou za tři roky. Zasedání rady jsou veřejná a kdokoliv se jich může zúčastnit. Rada funguje v České republice již 11 let a od roku 2005 je součástí Evropské rady zaměstnanců společnosti Coca-Cola Hellenic, ve které má své zástupce.

Rada zaměstnanců každý rok pořádá pro zaměstnance a jejich rodiny různé akce – dětský den, víkendové letní tábory, hokejové a fotbalové turnaje aj. Každý z našich zaměstnanců má možnost čerpat prostředky ze sociálního fondu na různé sportovní a kulturní aktivity.



Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

Péče o bezpečnost a ochranu zdraví při práci a stálé zlepšování pracovního a životního prostředí jsou důležitou a neoddelitelnou součástí plnění výrobních a pracovních úkolů. Jsou součástí dobře fungující společnosti a my jim věnujeme náležitou pozornost. Společnost Coca-Cola HBC Česká republika považuje tyto úkoly za prioritní, a proto vyhlásila v roce 2005 tzv. Politiku BOZP, v jejímž rámci stanovila pro následující roky hlavní body politiky BOZP a zavázala se k jejich dodržování.

V průběhu celého roku 2007...

- » ... jsme zkvalitnili havarijní a krizový plán firmy a díky kontinuálnímu školení také připravenost zaměstnanců na případné havarijní situace.
- » ... jsme obhájili certifikaci systému OHSAS 18001⁽¹⁾.
- » ... jsme provedli změnu chladicí technologie a nyní již nepoužíváme čpavek jako chladicí médium, takže je vyloučené nebezpečí jeho úniku.
- » ... na příjezdové komunikaci k pražskému výrobnímu závodě jsme instalovali v blízkosti přechodu pro chodce zpomalovací retardéry.
- » ... jsme zvýšili bezpečnost zaměstnanců v prostorách distribuce díky povinnému nošení reflexních vest.
- » ... v prostorách výroby a na střechách byly nainstalovány teplotní fólie, čímž jsme docílili snížení teploty prostoru výrobní haly hlavně v letních měsících.

V rámci programu ochrany zdraví...

- » ... jsme zaměstnancům nabídli bezplatné očkování proti chřipce.
- » ... pracovníkům ve směnných provozech poskytujeme zdarma vitaminové potravinové doplňky.
- » ... nabízíme fyzioterapeutické služby v ordinaci umístěné přímo ve výrobním závodě. Pro zaměstnance jsou tyto služby zdarma, v závislosti na fyzické náročnosti jejich práce je mohou využívat až dvakrát týdně.

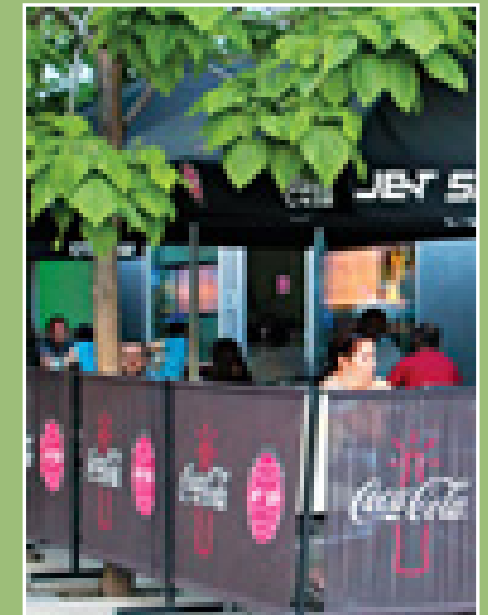
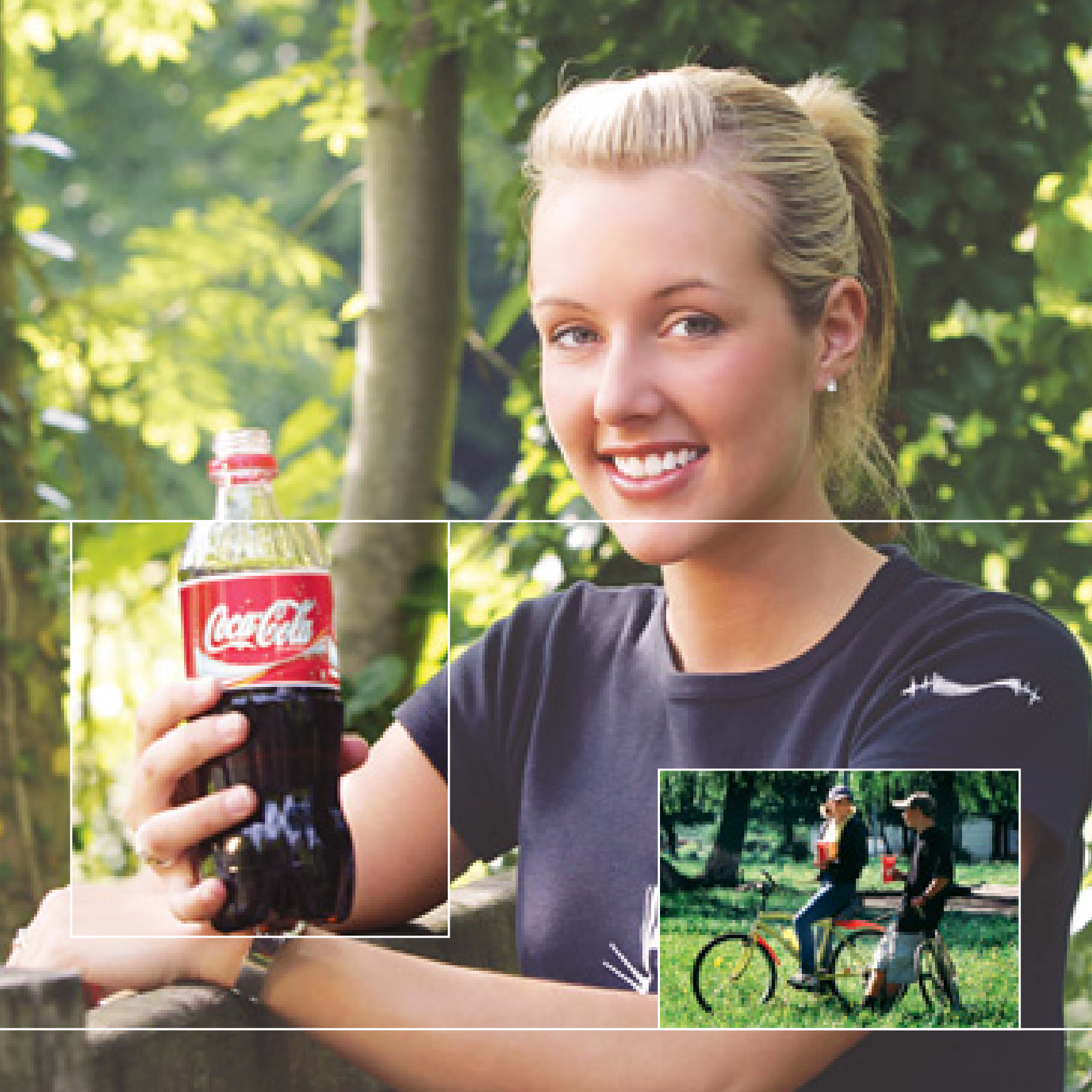
⁽¹⁾OHSAS je zkratka pro Occupational Health and Safety Assessment Series, což je systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Ten stanovuje požadavky na systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, pomocí něhož může firma řídit svá rizika pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci a zlepšit svoji výkonnost v oblasti bezpečnosti práce. Společnost Coca-Cola HBC Česká republika získala tento certifikát v červnu 2006.

Propagace BOZP

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika pravidelně organizuje znalostní soutěže pro zaměstnance či ankety, ve kterých zjišťuje spokojenost např. s pracovním prostředím. Duben byl vyhlášen měsícem BOZP, v jehož rámci se pořádají Dny otevřených dveří BOZP, kdy mají zaměstnanci možnost např. nechat si změřit obsah cholesterolu či ostrost zraku. Na intranetu je funkční stránka oddělení BOZP, kde lze kromě různých legislativních informací nalézt např. bezpečné pracovní postupy pro zaměstnance na různých pozicích a v různých odděleních.



Životní prostředí



Životní prostředí

Naším závazkem je řídit naše podnikání takovým způsobem, který chrání životní prostředí, a integrovat principy udržitelného rozvoje do rozhodování a procesů.

Náš systém ochrany životního prostředí vyžaduje zapojení zaměstnanců na všech úrovních. Dodržujeme nejen veškeré zákonem ukládané předpisy, procesy či limity, ale mnohé z činností, na které klademe důraz, jsou podloženy mnohem přísnějšími předpisy, které jsme se zavázali dodržovat v rámci tzv. Coca-Cola systému kvality (The Coca-Cola Quality System, TCCQS).

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika je certifikována dle norem ISO 9001 a ISO 14001, má zavedený a implementovaný systém HACCP dle vyhlášky č.147/1998 Sb. o způsobu stanovení kritických bodů v technologii výroby. Norma ISO 14001, vztahující se k environmentálnímu managementu, stanovuje operační postupy a procesy, které každá certifikovaná společnost musí dodržovat. Na všechny tyto normy jsme pravidelně auditováni nezávislými auditorskými společnostmi.

Politika životního prostředí je základní dokument, kterým se společnost zavazuje k odpovědnému přístupu k životnímu prostředí:

Coca-Cola HBC Česká republika se zavázala, že při provádění svých podnikatelských činností bude odpovědně přistupovat k životnímu prostředí. To znamená, že jsme odhodláni zavést spolehlivá opatření a účinné systémy řízení, jejichž prostřednictvím budeme sledovat a poskytovat informace o našem podnikání a jeho dopadech na životní prostředí. Budeme jednat odpovědně tak, abychom splňovali vysoké environmentální standardy a minimalizovali veškeré negativní dopady na místní prostředí a současně plnili očekávání zákazníků i spotřebitelů, která se týkají jakosti a bezpečnosti našich výrobků a pracovního prostředí.

Jsme přesvědčeni, že důležitou roli při dosahování environmentálních cílů hrají naši zaměstnanci i všechny osoby spojené se společností. Proto se snažíme svým zaměstnancům poskytnout nutná školení a podporu tak, aby v plné míře přijali tento závazek a podíleli se na trvalém zlepšování environmentálních standardů.



Voda

Voda je základní složkou našich produktů a záleží nám na jejím efektivním využívání. Daří se nám neustále snižovat množství vody použité na výrobu jednoho litru nápoje a naším cílem v dlouhodobé perspektivě je toto množství ještě dále snižovat. V roce 2008 uvedeme do provozu novou technologii na úpravu vody, což povede k dalším úsporám v použité vodě i ke zlepšení kvality odpadních vod.

Energie

Stejně jako je naším cílem snižovat množství použité vody, záleží nám i na snižování objemu použité energie, čehož dosahujeme mimo jiné i používáním úspornější techniky a svítidel.

V roce 2007 proběhl projekt optimalizace tiskových zařízení s cílem snížit náklady na tisk, ale především spotřebovat méně papíru a elektrické energie. Od dubna roku 2007 tak původních 449 tiskových zařízení nahradilo celkem 157 multifunkčních a snadno ovladatelných tiskových zařízení. Mnohem více než dříve se využívá scanování dokumentů a jejich zaslání elektronickou cestou. Tento projekt přinesl snížení spotřeby kancelářského papíru o 20 %, což je 148 palet papíru.

Do konce roku 2007 bylo nahrazeno téměř 350 klasických monitorů u stolních počítačů, které ještě byly v používání, mnohem úspornějšími a praktičtějšími LCD monitory. Ty mají v porovnání s klasickými monitory mnoho výhod: o více než 60 % nižší spotřebu elektrické energie, méně použitého materiálu, delší životnost, manipulace s nimi je mnohem snazší, zabírají méně místa na pracovišti a jejich ekologická likvidace je jednodušší. Na nahrazení čeká ještě necelých 130 klasických monitorů.

Skupina Coca-Cola Hellenic se chystá ve spolupráci se společností ContourGlobal během let 2008–2010 v 15 zemích včetně České republiky postavit pro vlastní potřebu unikátní, vysoce účinné tzv. paroplynové elektrárny, které kromě elektrické energie produkují i teplo v dostatečném množství pro výrobní závody. Výkonost paroplynové elektrárny je 80–90 %, což je výrazně více než u klasické tepelné elektrárny, která je účinná na zhruba 30 %. Díky používání této metody výrazně snížíme naše emise CO₂.

Ovzduší

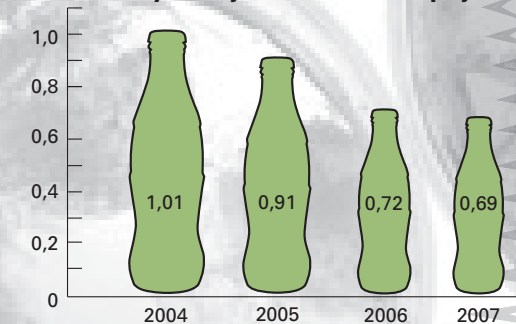
V minulých letech proběhl náročný projekt výměny chladicího média ve všech chladicích zařízeních, která jsou umístěna na trhu. Tento projekt byl ukončen roku 2006 a nyní již je ve všech chladicích zařízeních ekologicky šetrné médium.

V roce 2007 jsme nakoupili a uvedli do provozu 14 nových distribučních automobilů s nosností do 3,5 tuny a do 7 tun. Spotřeba pohonných hmot je u těchto vozů až o 18 % nižší než u vozů staršího data výroby, které jsme mohli díky nákupu nových automobilů vyřadit z používání. Motory v nových automobilech se také mohou pochlubit výrazně nižšími emisemi. V obnově vozového parku budeme pokračovat i v dalších letech.

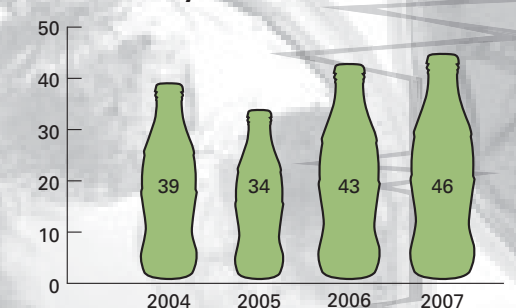
Počet litrů vody použitých na výrobu jednoho litru nápoje



Spotřeba energie v MJ na výrobu jednoho litru nápoje



Podíl recyklovaného odpadu ve výrobním závodě v %



Nakládání s odpady

Snažíme se snižovat množství produkovaných odpadů a také zvyšovat podíl recyklovaného odpadu. Důsledně třídíme odpad, a to nejen odpad pocházející z výroby či skladu, ale i ten běžný kancelářský – v prostorách kanceláří jsou nainstalovány kontejnery na tříděný odpad a zaměstnanci jsou osvětou vedeni k tomu, aby odpad správně třídili.

Z důvodu snižování objemu produkovaných odpadů proběhly v roce 2007 dvě významné změny v našich produktových obalech:

- » nová plastová láhev na pramenitou vodu Bonaqua. V rámci rebrandingu pramenité vody Bonaqua se změnilo nejen logo značky, ale i tvar plastové láhve, která je nyní téměř o pětinu lehčí než láhev původní;
- » nová skleněná láhev s obsahem 330 ml na nápoje Coca-Cola, Coca-Cola light a Coca-Cola zero. Díky pozměněnému tvaru se nám podařilo snížit její váhu o 110,5 gramu, což je o 25 % méně než hmotnost před změnou. Takto snížená hmotnost má velký vliv na celkovou hmotnost distribučního nákladu a podílí se tím i na snižování spotřeby pohonných hmot. Od roku 2008 stáčíme do odlehčených skleněných láhví i nápoje Fanta a Sprite.



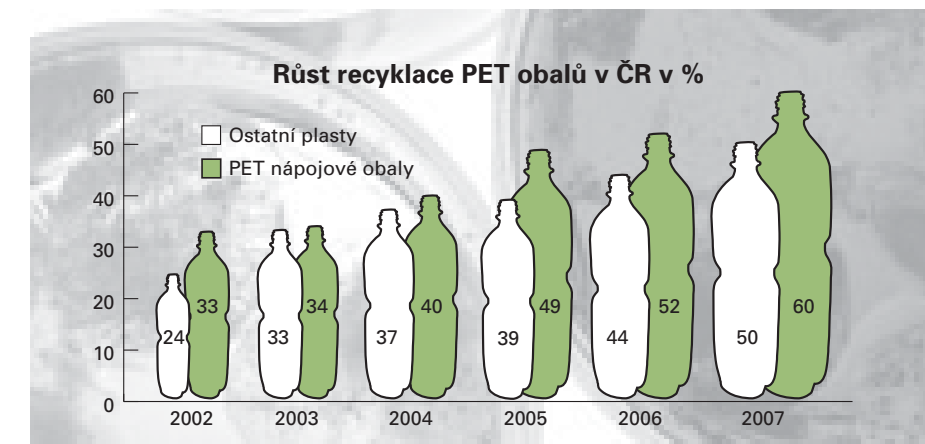
Na výrobu PET láhví používáme také recyklovaný materiál. Množství recyklátu činí v závislosti na typu láhve až 20 %.

EKO-KOM

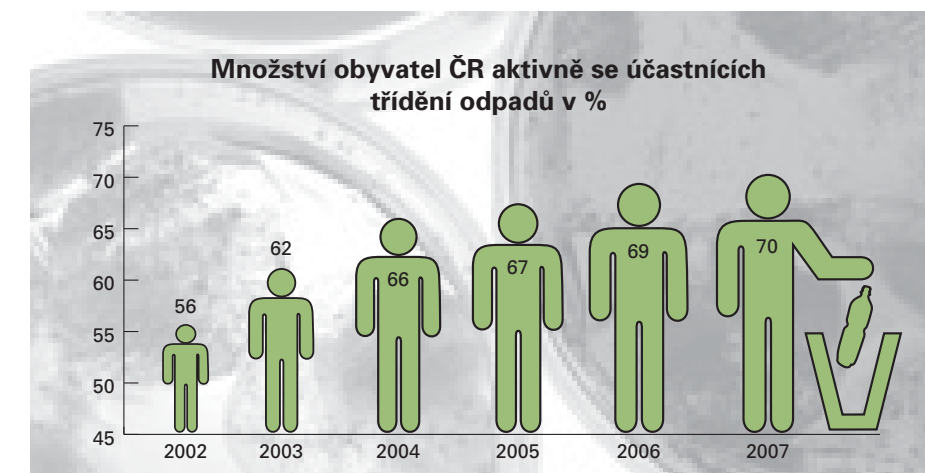
Naše společnost je výrobcem mnoha různých druhů obalů dle preferencí našich spotřebitelů – od skleněných láhví a aluminiových plechovek až po kombinované či plastové obaly. Všechny tyto obaly jsou bez výjimky recyklovatelné. Za důležitý prvek ochrany životního prostředí proto považujeme třídění a recyklaci těchto obalů. Cílem je naplnění evropské směrnice 94/62 EC o obalech a obalových odpadech.

V České republice je naše společnost zapojena do integrovaného Systému sdruženého plnění EKO-KOM, na jehož vzniku se také podílela. Obalový odpad je v tomto systému chápán jako nedílná součást komunálního odpadu a tvoří v něm přibližně jednu třetinu. Komunální třídění odpadu prostřednictvím sítě barevných kontejnerů je dnes dostupné 97 % české populace a z hlediska geografického pokrytí je jedním z nejlepších v Evropě.

Za rok 2007 se systémem podařilo dosáhnout téměř 60 % recyklace PET obalů a více než 50 % recyklace plastových odpadů, čímž se zařadila na druhé místo v Evropě.



Recyklace PET obalů v ČR za poslední roky roste – usilujeme o to, aby rostla i nadále.

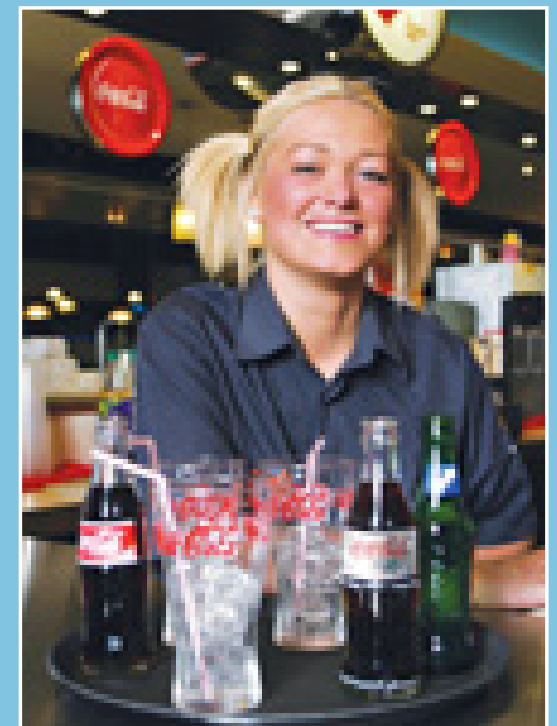


Recyklace odpadů v ČR roste také díky stále většímu počtu obyvatel, kteří třídí odpad.

Zdroj: EKO-KOM



Prostředí trhu



Prostředí trhu

Naším posláním je nabízet osvěžení našim spotřebitelům, být partnery našim zákazníkům, a pomáhat jim tak v jejich podnikání. Pro naplnění tohoto poslání dodržujeme tyto základní principy:

- » zasloužit si důvěru našich spotřebitelů tím, že nabízíme vysoce kvalitní produkty a služby, které uspokojí jejich potřeby a hodí se k jejich životnímu stylu;
- » podporovat naše obchodní partnery na lokální i globální úrovni tím, že budujeme spolehlivé, soudržné, vzájemně přínosné vztahy;
- » dělat marketing s respektem k ekonomickému, sociálnímu a kulturnímu souvislostem.

Nabídka nápojů...

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika nabízí svým zákazníkům a spotřebitelům široké portfolio produktů ve všech hlavních kategoriích nealkoholických nápojů v různých baleních vhodných pro veškeré příležitosti. Kompletní přehled naleznete v závěru této zprávy.

... v různých baleních

Stejně, jako je široká nabídka nápojů, tak i druhy balení kopírují nejčastější spotřebitelské příležitosti. V nabídce našich produktů jsou skleněné vratné láhve o obsahu 0,2; 0,25 a 0,33 l, plechovky a plechové láhve o obsahu 0,25 a 0,33 l, PET láhve o objemech 0,5; 1; 1,5 a 2 l, kartonové obaly pro džusy či skleněné láhve umožňující opětovné uzavření používané pro značku Cappy. Jak je uvedeno výše, všechny obaly jsou bez výjimky recyklovatelné.

Abychom nabízeli svým spotřebitelům nápoje, které odpovídají trendům v oblasti aktivního životního stylu, neustále rozšiřujeme své portfolio a každý rok uvádíme na trh několik novinek.

- » V únoru 2007 byl uveden na trh unikátní nápoj Coca-Cola Blāk, který jedinečným způsobem spojuje chuť nápoje Coca-Cola a kávy. Nápoj se prodává v hliníkové láhvi s obsahem 0,25 l a s tzv. pull-up uzávěrem. Tato atraktivní a praktická láhev získala ocenění Obal roku 2007 v kategorii spotřebitelských obalů.
- » Doplnili jsme řadu ovocných nápojů Cappy Ice Fruit o novinku s příchutí jahod.
- » V květnu roku 2007 jsme provedli rebranding pramenité vody Bonaqua, v jehož rámci se změnilo logo, etikety i balení. Nová plastová láhev je nejen lehčí než původní (podrobnosti v sekci životní prostředí), ale svým atraktivním tvarem upoutá na první pohled a skvěle padne do ruky, etiketa svým designem zdůrazňuje čistotu a lehkost unikátní pramenité vody Bonaqua, která je díky nízkému obsahu sodíku vhodná ke každodenní konzumaci.
- » Během roku 2007 došlo ke změně ve složení sycených nápojů řady Lift, ve kterých byl cukr nahrazen alternativními sladidly. Všechny nápoje značky Lift a Lifter jsou nyní nízkokalorické.

Nutriční značení na etiketách

Naše společnost se v rámci spolupráce v evropské asociaci výrobců nealko UNESDA⁽¹⁾ zavázala poskytovat spotřebitelům v evropských zemích podrobnější informace o složení našich výrobků. Tento proces proběhl v ČR během roku 2007, kdy byly doplněny informace na etiketách všech našich nápojů.

Podle našeho názoru si spotřebitelé v Evropě přejí mít stručné, přehledné, ale přitom vědecky podložené informace o našich výrobcích, aby si mohli zodpovědně vybrat výrobky odpovídající svému životnímu stylu a požadavkům na výživu. Spotřebitelské průzkumy přesvědčivě dokazují, že lidé chtějí dostávat informace v podobě, která je jednoduchá a dobře viditelná. Tím, že se budeme jako jedna z hlavních evropských společností na trhu s potravinami a nápoji chovat zásadově, pomůžeme spotřebitelům lépe pochopit informace, které jim poskytujeme. Pevně věříme, že se k nám připojí i další společnosti a budou spotřebitelům poskytovat informace v jejich nejlepším zájmu.

Přiměřené denní množství, označované zkratkou GDA⁽²⁾, je informací pro spotřebitele ohledně množství kalorií, tuků, nasycených tuků, cukru a sodíku, které jsou doplněny o procentuální údaj, kolik z doporučené denní dávky spotřebitel konzumací 250 ml výrobku přijme. Lze podle nich snadněji určit množství pro zdravou životosprávu za všeobecně přijatého předpokladu, že optimální průměrná dávka pro zdravého člověka je kolem 2000 kalorií denně.

Odpovědný marketing – Závazky UNESDA

Naše společnost se i v České republice hlásí k odpovědnému marketingu skrze své členství v evropské nápojové asociaci UNESDA a dodržuje následující dobrovolné závazky:

- » neumísťuje v médiích žádnou reklamní komunikaci zaměřenou na děti do 12 let;
- » vystřihá se přímého reklamního oslovení dětí, aby přesvědčovaly rodiče ke koupi firemních výrobků.

Naše společnost dále prosazuje dobrovolné závazky asociace UNESDA vůči Evropské platformě aktivit v oblasti stravy, fyzických aktivit a zdraví⁽³⁾. Aby naplnila tyto závazky, rozhodla se od počátku roku 2007 dále neprodávat sycené nealkoholické nápoje v českých základních školách a nahradit je jiným portfoliem (balené vody, džusy, jiné nápoje v nízkokalorických verzích apod.) v uzavíratelných baleních, která umožňují kontrolu spotřeby.

⁽¹⁾ UNESDA: Union of European Beverages Associations (konfederace evropských asociací výrobců nealkoholických nápojů)

⁽²⁾ GDA: Guided daily amount

⁽³⁾ EU platform for action on diet, physical activity and health.





Péče o zákazníky

Komunikace se zákazníky

Snaha nalézt optimální způsob zákaznického servisu se zrcadlí i ve způsobu komunikace se zákazníkem. O každého zákazníka se stará konkrétní kvalifikovaný obchodní zástupce, který ho navštěvuje v pravidelných cyklech, jež nejsou delší než jeden měsíc. Při svých pravidelných návštěvách plní obchodní zástupci společnosti Coca-Cola HBC Česká republika zejména roli odborného poradce, který je schopen poradit, jaký sortiment a v jakém balení je pro danou provozovnu z hlediska zákazníka i spotřebitele optimální, navrhne a dodá vhodné materiály na podporu prodeje, zajistí vhodné prodejní zařízení a seznámí zákazníka s tím, jak nejlépe uspořádat v zařízení naše zboží s ohledem na jeho prodejnost, navrhne a zajistí optimální objednávku, vyřídí veškerou nutnou administrativu potřebnou k zajištění závozu, zkontroluje expirace produktů na provozovně, funkčnost a čistotu prodejního zařízení i dalších materiálů na podporu prodeje, vyřídí případné reklamace, seznámí zákazníka s novinkami, speciálními nabídkami i s promočními akcemi pro zákazníky či spotřebitele. Zaměstnanci z neobchodních oddělení se zapojují do programu EXPAT, v jehož rámci navštěvují provozovny a hodnotí kvalitu poskytované podpory prodeje.

Telefonické centrum služeb

Pracovníci telefonického centra služeb společnosti Coca-Cola HBC Česká republika přijímají od zákazníků objednávky, informují je o novinkách, přijímají a předávají servisnímu oddělení hlášení o poruchách našich zařízení, ptají se zákazníků na jejich spokojenost s poskytovaným servisem a tyto informace okamžitě vyhodnocují. Telefonické centrum služeb také zajišťuje Infolinku, jejíž číslo je na etiketách všech našich produktů a na které mohou volající dostat informace o produktech, o jejich složení, o spotřebitelských soutěžích či o čemkoliv dalším, co je zajímavá a co má souvislost se společností Coca-Cola HBC Česká republika. Infolinka je v provozu 24 hodin denně, a to nikoliv prostřednictvím záznamníku, ale našich pracovníků.

Distribuce zboží k zákazníkům

Velmi významnou službou, kterou Coca-Cola HBC Česká republika nabízí svým zákazníkům, je doprava zboží na místo určení zdarma. K dobrému fungování této služby přispívá i to, že většina zboží je na místo určení zavážena vlastními speciálně upravenými nákladními auty, která minimalizují manipulační čas u zákazníků.



Zákaznický časopis

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika vydává několikrát do roka časopis Coca-Cola Svět, který je určen zákazníkům společnosti a jenž si klade za cíl zejména přinášet užitečné informace použitelné při jejich každodenní práci, něco všeobecných informací ze světa nápojů, obchodu, zajímavosti ze systému Coca-Cola, trochu zábavy, ale nabízí i možnost vyhrát hodnotné ceny v soutěžích.

Program odezvy spotřebitelům a zákazníkům

Systém reklamací ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je podrobně popsán v tzv. standardních operačních postupech a má své přesně dané zákonitosti, z nichž tou nejdůležitější je rychlost. Každá přijatá reklama je evidována v reklamačním protokolu a neshodné zboží (tj. takové, které neodpovídá vysokým kvalitativním nárokům společnosti Coca-Cola) je okamžitě vyměněno nebo nahrazeno. Na proces vyřizování reklamací jsou pracovníci obchodního oddělení pravidelně proškolení.

Zajišťování kvality

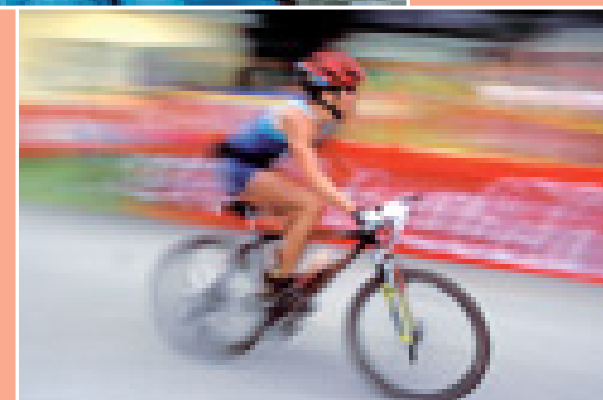
Prvořadým zájmem naší společnosti je v každé oblasti našeho podnikání usilovat o vynikající kvalitu produktů. Za jednu z cest k trvalému dosahování tohoto stavu považujeme neustálé plnění požadavků norem ČSN EN ISO 9001, ČSN EN ISO 14001, OHSAS 18001 a požadavků TCCQS (The Coca-Cola Quality System).

Kontrolu kvality našich výrobků zabezpečuje tým odborníků z oddělení kvality. Převážná většina z nich má odborné chemické vzdělání se zaměřením na potravinářský průmysl. Systém monitorování kvality je velmi precizně propracovaný a léty praxe prověřený. Veškerá naše produkce prochází několika stupni důkladné kontroly kvality – vstupní suroviny a materiály, voda, výrobní zařízení. V průběhu výroby se v pravidelných intervalech odebírají kontrolní vzorky, z každé výrobní šarže se uchovávají departážní vzorky pro možnost pozdější kontroly. Laboratoř funguje 24 hodin denně, sedm dní v týdnu. Každoročně jsme auditováni nezávislou auditorskou společností SGS, která prověřuje náš systém kvality a jeho funkčnost v rámci celé společnosti.

Kontrolu kvality našich nápojů provádíme nejen ve výrobě, ale také na trhu. Tým obchodních zástupců pravidelně kontroluje kvalitu našich produktů u zákazníků, tj. v restauracích, barech, kinech či obchodech tak, aby každý, kdo si náš nápoj koupí, měl jistotu prvotřídní kvality.



Spolupráce s komunitami



Spolupráce s komunitami

Našeho poslání, tedy obohacování života místních komunit, dosahujeme prostřednictvím dodržování základních principů:

- » podporovat takové iniciativy a partnerství, které jsou důležité pro místní komunity;
- » naslouchat komunitám, ve kterých působíme, brát v úvahu jejich pohled a potřeby při našem podnikání.

Dětské domovy

V prosinci roku 2000 společnost Coca-Cola HBC Česká republika zahájila projekt podpory deseti dětských domovů v České republice. Myšlenka dlouhodobé podpory vybraných dětských domovů vzešla z nápadů zaměstnanců společnosti v interním průzkumu, ve kterém si přáli větší angažovanost firmy v charitativní oblasti. Dětské domovy jsme vybrali poblíž měst, ve kterých sídlí naše obchodní či administrativní centrum. Jsou to Boršov nad Vltavou, Brno, Brušperk (nyní Frýdek-Místek), Jablonec nad Nisou, Mariánské Lázně, Olomouc, Plzeň, Praha 9, Ústí nad Labem a Vrchlabí. Dohromady žije v těchto domovech v tuto chvíli více než 400 dětí. Naším cílem je přispět ke zlepšení jejich každodenního života. Chceme, aby si děti mohly díky naší podpoře dovolit to, co si běžně mohou dovolit jejich vrstevníci ve škole. Jinými slovy, nechceme přispívat na opravu střechy tělocvičny v domově, ale chceme zkvalitnit například využití volného času dětí v domovech. Domovům tak pomáháme při organizaci jejich akcí, přispíváme na výlety dětí, podporujeme individuální zájmy dětí, vzdělávání a podobně – hradili jsme například barmanské a kadeřnické kurzy, kurzy autoškoly či afrického bubnování.

Kromě toho spolupracujeme s mnoha neziskovými organizacemi z celé České republiky. Jsou to např. občanské sdružení Zdravotní klaun, Nadační fond Plaváček Juraje a Deany Jakubiskových, kolínské sdružení pro pomoc tělesně postiženým Srdíčko, Haima Ostrava – občanské sdružení pro pomoc dětem s poruchami krve tvorby, Kontakt bez bariér, Dětské krizové centrum, MŠ, ZŠ a SŠ pro sluchově postižené, Sdružení dobrovolných hasičů Pšánky, Sdružení dobrovolných zdravotnických záchranářů Česká Kamenice a mnohé další.



Samotní zaměstnanci společnosti Coca-Cola HBC Česká republika každoročně přispívají ze svých prostředků na vybrané aktivity – výtěžky z tombol organizovaných na vánočních večířkách jsou vždy věnovány na dobročinné účely. V roce 2005 byla částka téměř 80 000 Kč (výtěžek z tomboly vánočního firemního večírku konaného v Praze) rozdělena mezi Nadaci Olgy Havlové a občanské sdružení DOM, provozující chráněné bydlení pro mladé lidi, kteří odcházejí z dětských domovů; v roce 2006 dostalo Dětské krizové centrum částku bezmála 92 000 Kč, v roce 2007 jsme opět Dětskému krizovému centru věnovali částku 80 000 Kč.

Spolupráce s radnicí Prahy 14

Coca-Cola HBC Česká republika velmi úzce spolupracuje s úřadem městské části Praha 14, tedy s radnicí v místě svého sídla. Společně každý rok organizujeme oslavu Dětského dne – Praha 14 již tradičně zajišťuje místo, organizační zázemí a kulturní program, Coca-Cola HBC Česká republika zase soutěže pro děti a atrakce, jako např. skákací hrad nebo lezeckou láhev. Společně pak zajišťujeme dárky pro děti – musí jich být dostatečný počet, aby se dostalo na každé dítě a žádné neodcházelo zklamané. V roce 2007 se oslav Dětského dne zúčastnilo téměř 450 dětí! Naše partnerství s místní samosprávou je dále rozvíjeno spoluprací na kulturních a sportovních akcích, jejichž pořadatelem je právě radnice. Každý měsíc spolupracujeme na jedné akci – v květnu je to např. divadelní festival Májování či v září Babí léto. V rámci podzimního pochodu „14 km okolo Prahy 14“ mají účastníci možnost navštívit výrobní závod Coca-Cola HBC Česká republika.

Vánoční kamion

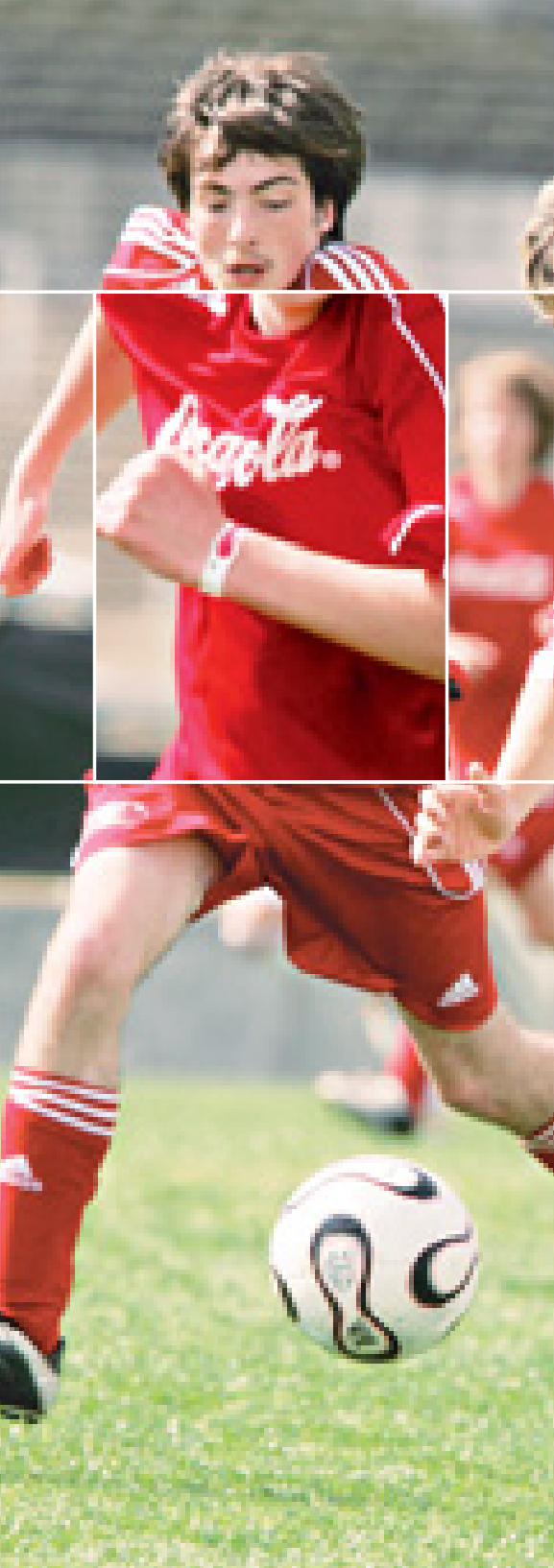
Každý prosinec od roku 2000 se můžete v českých a moravských městech setkat s Coca-Cola Vánočním kamionem. Cílem této akce je přivést do měst pravou předvánoční atmosféru a potěšit nejen děti spoustou dárků. Tuto akci vždy připravujeme ve spolupráci se samosprávami měst, která Vánoční kamion navštíví.

V roce 2007 měli návštěvníci akce možnost zahřát se horkým nápojem Cappy Hot. Výtěžky z prodeje nápoje jsme darovali vždy konkrétnímu městu, ve kterém se akce konala.

Zoologické zahrady

Společnost Coca-Cola je partnerem dvanácti zoologických zahrad v celé České republice, mimo jiné v Praze, v Liberci či ve Dvoře Králové. Podporujeme provoz zoologických zahrad a pomáháme jim také s organizací jejich akcí pro návštěvníky (například oslav Dětského dne), na které poskytujeme nápoje ze svého portfolia a další věcné dárky, jako byla například odměna pro miliontého návštěvníka pražské zoologické zahrady.





Podpora kultury

I v roce 2007 jsme pokračovali v dlouholeté spolupráci s Národním divadlem v Praze. Vloni jsme se stali partnerem divadelní hry Dobře placená procházka, kterou režíroval Miloš Forman. Vznik tohoto představení jsme podpořili finančně i poskytnutím svých nápojů; celková hodnota naší podpory činila 1 000 000 Kč. Částkou 100 000 Kč jsme přispěli na provoz Pražské komorní filharmonie, nápoji jsme občerstvili účastníky 41. ročníku mezinárodní soutěže pro mladé nadané hudebníky Concertino Praga 2007, kterou každoročně pořádá Český rozhlas.

Sport a aktivní životní styl

Naším cílem je podporovat aktivní životní styl – mnoho odborníků potvrzuje, že aktivity a pohyb jsou klíčem k řešení otázek spojených s nárůstem obezity. Coca-Cola systém je již tradičním partnerem mnoha světových sportovních událostí – za všechny jmenujme olympijské hry (od roku 1928) či dlouholetou spolupráci s FIFA (od roku 1978).

Coca-Cola Školský pohár

Největší místní aktivitou, kterou Coca-Cola HBC Česká republika vyvíjí v oblasti sportu, je Coca-Cola Školský pohár, který byl odstartován v roce 2000 a od té doby vyrostl v jednu z největších sportovních akcí v ČR. Pod záštitou Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR probíhá každý rok fotbalový turnaj určený žákům druhého stupně základních škol a víceletých gymnázií, sedmého ročníku se v roce 2007 zúčastnilo více než 30 000 žáků, kteří odehráli přes 3500 zápasů. Soutěže se během její sedmileté historie postupně zúčastnilo více než 150 000 žáků. Jedním z hlavních cílů projektu je přivést děti ke sportu a k aktivnímu trávení volného času a dopřát i amatérským týmům všech základních škol možnost zahrát si opravdový zápas proti kvalitnímu soupeři. Všechny zápasy Coca-Cola Školského poháru se odehrávají na velkých fotbalových hřištích. Vítězné mužstvo je vždy odměněno atraktivní cenou – v loňském roce strávil vítězný tým Základní školy Miroslava Tyrše z Hlučína deset dní ve fotbalovém tréninkovém kempu v brazilském Rio de Janeiru, vedeném bývalým reprezentačním trenérem Brazilců Carlosem Albertem Parreirou. Druhý finálový tým se zúčastnil Fotbalové akademie Pavla Nedvěda.



Projekt Coca-Cola Školský pohár získal významné ocenění od Českomoravského fotbalového svazu. V rámci galavečera neprofesionálního fotbalu, který každoročně pořádá ČMFS ve spolupráci s UEFA, byl oceněn jako Nejlepší grassroots akce roku 2007. Toto ocenění je jednou z kategorií ankety o nejúspěšnější neprofesionální fotbalové hráče a trenéry a patří do ní všechny masové fotbalové akce podporující nejen aktivní trávení volného času, ale také zdravý životní styl a motivaci ke stále lepším sportovním výkonům.

Coca-Cola Dance Team

V roce 2005 poprvé odstartoval nový projekt Coca-Cola Dance Team určený pro dívky, které rády tancují a mají chuť soutěžit. Tato soutěž tanečních družstev probíhá souběžně s projektem Coca-Cola Školský pohár. Vítězky prvního ročníku měly možnost navštívit profesionální taneční studio v Londýně, vítězky druhého ročníku získaly několikadenní zájezd do Německa spojený s návštěvou zápasu MS ve fotbale. Hlavní cenu třetího ročníku, kterou byl týdenní zájezd na mezinárodní taneční soustředění Broadway a Tropea v jižní Itálii, získala v červnu 2007 po velmi vyrovnaném souboji Základní škola Čelechovice na Hané.

Coca-Cola Srdce v pohybu

Společnost Coca-Cola připravila ve spolupráci Klubem českých turistů projekt na podporu aktivního a vyváženého životního stylu s názvem Srdce v pohybu. Zaměřili jsme se na nej-přirozenější pohyb člověka – chůzi. Pravidelný pohyb spolu s vyváženou stravou je cestou ke správnému životnímu stylu, který umožní prožít život naplno. V roce 2007 zahrnoval druhý ročník projektu 200 vybraných turistických a cykloturistických akcí pořádaných v průběhu roku 2007 na nejzajímavějších místech České republiky, kterých se zúčastnilo více než 100 000 turistů a cykloturistů.

Podpora sportovních klubů

Společnost Coca-Cola podporuje také množství sportovních klubů:

- » devět klubů nejvyšší fotbalové ligy: FC Brno, FK Jablonec 97, FC Slovan Liberec, FK Teplice...
- » extraligové a prvoligové hokejové kluby: HC Moeller Pardubice, HC Bílí Tygři Liberec, HC Slavia Praha, HC Slovan Ústečtí Lvi...

Jsme hlavním partnerem Tréninkového centra mládeže na pražském Strahově, v roce 2007 jsme jeho provoz podpořili penězi a výrobky pro pitný režim mladých fotbalistů v souhrnné hodnotě přesahující 2 000 000 Kč.

Ve spolupráci s fotbalovým klubem AC Sparta Praha jsme vybudovali Coca-Cola Teen Point, což je sektor v hledišti určený primárně pro mladé diváky fungující od podzimu 2007. Návštěvníci fotbalových utkání zde kromě příjemného prostoru pro sledování fotbalu naleznou různou zábavu, ale konají se zde například setkání a autogramiády s fotbalisty z různých klubů. Na teplickém fotbalovém stadionu vznikl díky našemu přispění rodinný sektor, v němž celé rodiny mohou v klidu a pohodě sledovat fotbalové utkání.



Sycené nealkoholické nápoje



Coca-Cola



Coca-Cola light



Coca-Cola zero

Sycené nealkoholické nápoje



Coca-Cola Cherry



Coca-Cola Blāk



Fanta

Sycené nealkoholické nápoje



Sprite



Kinley Tonic



Lift

Lifter

Balené vody



Bonaqua

Ledové čaje



Nestea

Balené vody Džusy a ovocné nápoje



Valser



Cappy



Džusy a ovocné nápoje



Cappy

Cappy Ice Fruit

Ledové kávy



illy

Energetické a sportovní nápoje



Burn

Powerade

Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o.

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9-Kyje, tel.: +420 283 015 111, fax: +420 281 862 018
IČO: 41189698, DIČ: CZ41189698
www.coca-cola.cz, vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com

Zodpovědná redaktorka: Simona Caidlerová.
Realizace: MOLOKO ateliér s.r.o.

Tato zpráva je vytištěna na recyklovaném papíru.

Chcete u nás pracovat? Navštivte stránku www.coca-cola.jobs.cz