



Zpráva o sociální zodpovědnosti společnosti

2010

Coca-Cola HBC Česká republika



ÚVOD Představení společnosti Coca-Cola HBC Česká republika





Vážení spotřebitelé, obchodní partneři či dodavatelé, přátelé či čtenáři,

je pro mne velkým potěšením oslovit vás všechny při příležitosti dalšího vydání naší výroční zprávy o sociální odpovědnosti. Naše společnost prošla v minulém roce velkými změnami a jsem osobně velmi rád, že i přes další turbulence na všech trzích jsme rok 2010 završili jako nejúspěšnější rok v historii našeho podnikání na domácím trhu.

Každému racionálně uvažujícímu subjektu je jasné, že bez úsilí o trvalou udržitelnost není úspěšné budoucnosti. Je mi ctí, že na následujících stránkách můžeme ilustrovat své odhodlání dodržovat etické standardy, minimalizovat dopady našeho podnikání na okolní svět a jeho životní prostředí, udržovat a rozvíjet kolegiální a korektní vztahy s našimi zaměstnanci, pěstovat týmového ducha nebo třeba podporovat regiony, kde podnikáme. Jinými slovy shrnout všechny naše aktivity, které jdou nad rámec legislativních požadavků a které implementujeme coby společensky odpovědná firma.

Fakt, že naše zpráva vychází již popáté, naznačuje i skutečnost, že nejsme ovlivněni krátkodobými trendy a že v ideu dlouhodobé udržitelnosti a ohleduplnosti vůči svému okolí hluboce věříme.

Tomáš Kadlec,
generální ředitel



Coca Cola HBC Česká republika, s. r. o., je 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. 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 distribučních a administrativních poboček, jejichž prostřednictvím dovážíme své výrobky obchodním partnerům a díky nim i konečným spotřebitelům. Zaměstnáváme zhruba 1100 zaměstnanců a na každé pracovní místo navazujeme několik dalších v rámci našich dodavatelsko-odběratelských vztahů.

Prodej nápojů společnosti Coca-Cola HBC ČR v milionech litrů na českém trhu



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.



Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o.

Českokobrodská 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



Pracovní prostředí



Životní prostředí



Tržní prostředí



Spolupráce s komunitami

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÁ FIRMA

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

Koncept sociální zodpovědnosti stojí v naší společnosti na čtyřech základních pilířích: pracovní prostředí, životní prostředí, tržní prostředí a spolupráce 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 komunitou: investovat čas, znalosti a zdroje a být tím svému okolí nejen ekonomickým přínosem, ale také podporovat soužití s místními komunitami pomocí lokálně významných aktivit.



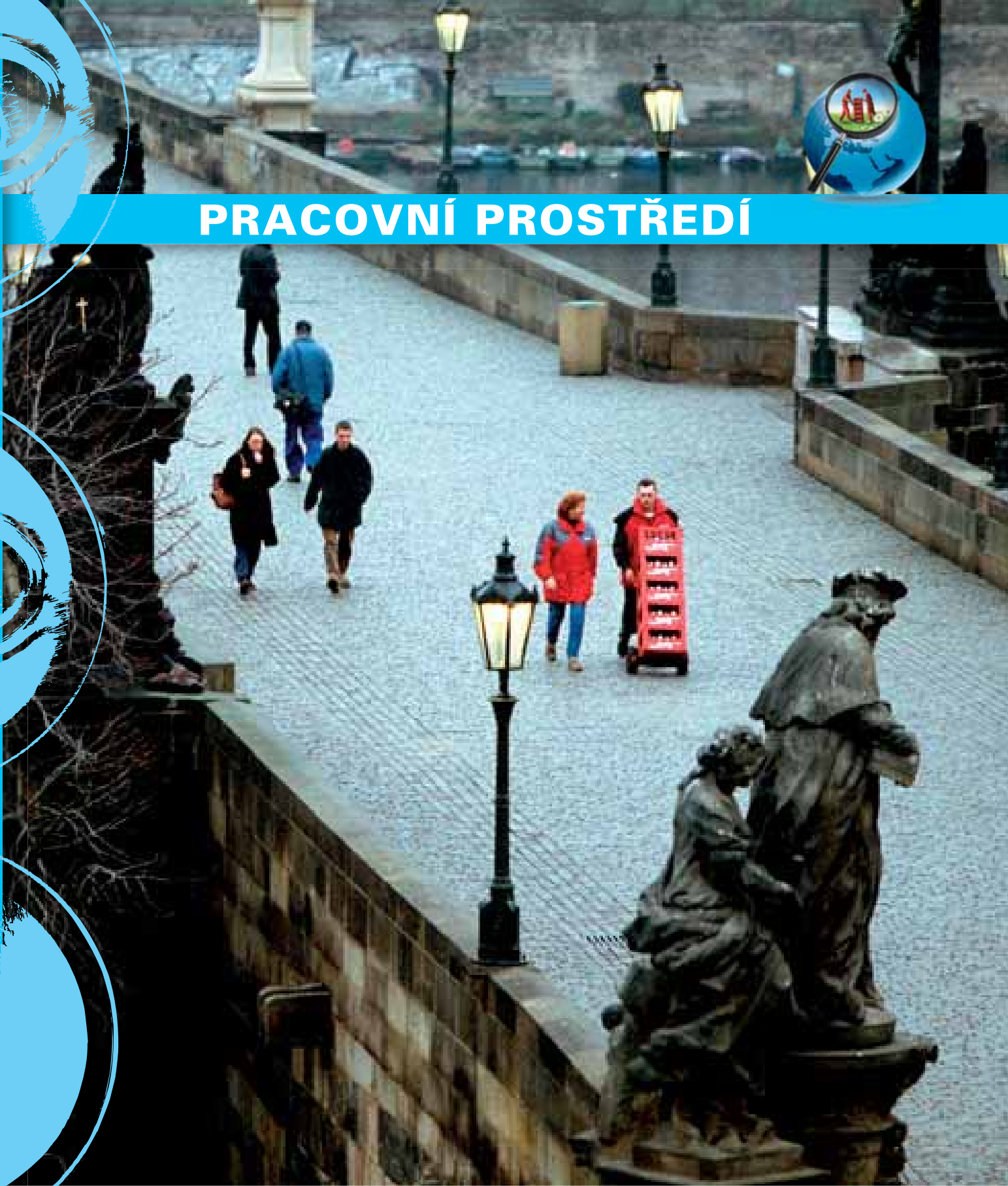
OSVĚŽUJÍCÍ NÁPOJE

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





PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ





SPOLEČNOST CCHBC ČR SE ŘÍDÍ ZÁSADNÍMI PRINCIPY A PRAVIDLY:

- vytváří silný vztah se zaměstnanci díky otevřené komunikaci;
- jedná se zaměstnanci čestně, s úctou a respektem;
- odmítá jakoukoli formu diskriminace, ať už ve vztahu k pohlaví, původu, náboženskému a politickému přesvědčení, věku, nebo sexuální orientaci;
- řídí se zákony platnými v České republice;
- podporuje se vzájemně k co nejlepšímu výkonu;
- odměňuje zaměstnance na základě jejich pracovního výkonu;
- nabízí zaměstnancům příležitost k osobnímu a profesnímu rozvoji;
- zajišťuje 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, jak a kde oznámit eventuální porušování pravidel atd.





Zaměstnanci podle věku:

do 20 let	0,5 %
21–30 let	38 %
31–40 let	42 %
41–50 let	11,5 %
51–let a více	8 %

POSTUP PŘI ZAMĚŠTNÁVÁNÍ

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 našim zaměstnancům práci na zkrácené pracovní úvazky, práci z domova či flexibilní pracovní dobu.

ROZVOJ A OSOBNÍ RŮST ZAMĚŠTNANCŮ

Věříme, že rozvoj a vzdělávání jsou důležité pro každého zaměstnance, protože pomáhají zvyšovat motivaci a tím zlepšovat výkon. Naším cílem je při rozvoji dodržovat pravidlo 70–20–10. Každý zaměstnanec by měl mít prostor k rozvíjení svých schopností a vědomostí hlavně při každodenní práci (70 % rozvoje), a to díky sbírání zkušeností ze zajímavých a náročných úkolů nebo účasti na projektech. Intenzivně budujeme koučinkovou kulturu, a proto zaměstnanci mají možnost využít pro svůj rozvoj interního nebo externího kouče (20 % rozvoje). Cílem koučinku je pomoci v dosahování pracovních cílů. Většinou jsou tato sezení zaměřena na budování sebevědomí, posílení motivace nebo zlepšování dovedností (např. řízení času, komunikace, budování mezilidských vztahů a rozvoj týmů). Zaměstnanci se mohou rozvíjet i pomocí tréninků (10 % rozvoje). Poskytujeme tréninky zaměřené na „měkké“ (např. prezentační nebo komunikační) nebo „tvrdé“ (např. zvyšování znalostí práce na PC nebo technické školení) dovednosti. V průběhu roku 2010 jsme obohatili tréninkovou



aplikaci dostupnou na firemním intranetu o e-learningové řešení, které umožňuje absolvovat povinné, pravidelně se opakující tréninky (např. školení BOZP či školení zaměřené na standardní operační postupy) samostudiem na pracovišti.

Každý nově nastupující zaměstnanec prochází vstupním školením, prostřednictvím kterého se dozví všechny důležité informace o fungování společnosti a jednotlivých oddělení. Na většinu volných pozic se vypisují interní výběrová řízení a každý zaměstnanec má možnost se do nich přihlásit.

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.

Kromě standardních benefitů, jako je kupříkladu příspěvek na stravování, týden dovolené navíc, fasování nápojů, zvýhodněné telefonování v rámci programu BenefitCall, zvýhodněné bankovní služby a podobně, mají naši zaměstnanci možnost zapojit se do programu nákupu zaměstnaneckých akcií a přímo se tak podílet na výsledcích celé společnosti. Dále je pro naše zaměstnance připravena spousta dalších slev, např. na rekreační a wellness pobyty. Pro zaměstnance, kteří pracují pro naši společnost 5, 10 nebo 15 let, připravujeme oslavu, jejíž součástí je slavnostní večer spojený s poděkováním a předáváním dáreků.



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 přispěvatelů z řad zaměstnanců, kteří sami píšou články o důležitých a aktuálních událostech v jejich 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.

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, 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 je důležitou a neoddelitelnou součástí plnění výrobních a pracovních úkolů. Je znakem dobře fungující společnosti a my jí 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 2010...

- ... jsme obhájili certifikaci systému OHSAS* 18001;
- ... jsme rozšířili sprinklerový systém v centrálním skladu;
- ... jsme instalovali nové ústředny EPS;
- ... jsme snížili počet pracovních úrazů o 40 %;
- ... jsme instalovali detektory úniku nebezpečných plynů CO a CO₂;
- ... v rámci zvýšení informovanosti zaměstnanců jsme instalovali informační tabule o nehodovosti ve společnosti.

V rámci programu ochrany zdraví...

- ... jsme zaměstnancům nabídli bezplatné očkování proti chřipce;
- ... bylo umožněno bezplatné absolvování kurzu první pomoci pro zaměstnance;
- ... 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.

** 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 nebo absolvovat konzultaci s kožním lékařem atd. 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





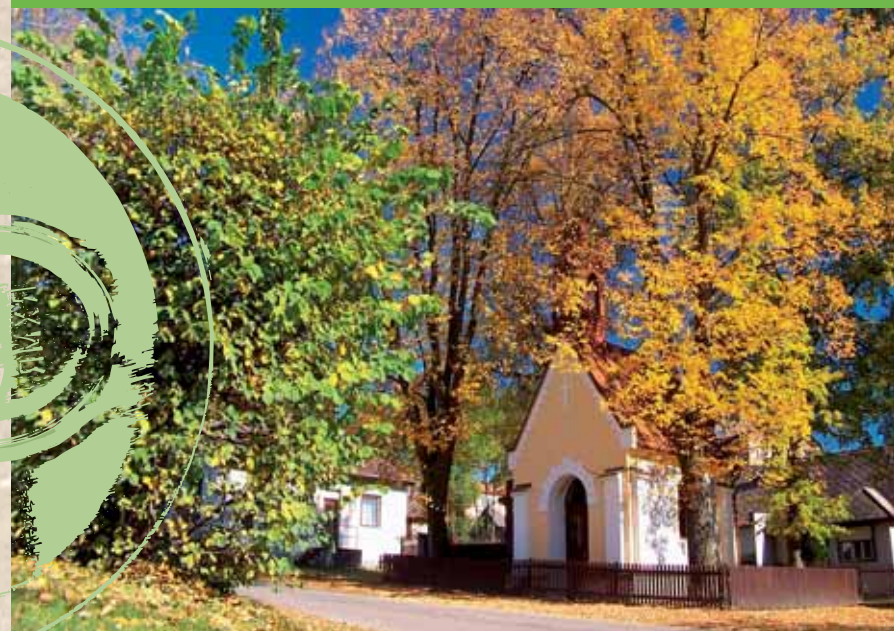
Naším závazkem je řídit naše podnikání takovým způsobem, který chrání životní prostředí, a integrovat principy udržitelného rozvoje do rozhodování a procesů.

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 je certifikována dle norem ISO 9001 a ISO 14001, má zavedený a implementovaný systém certifikace ISO22000, která je zaměřena na systém potravin a jejíž součástí je 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 našim zaměstnancům poskytnout nutná školení a podporu tak, aby v plné míře přijali tento závazek a podíleli se na trvalém zlepšování environmentálních standardů.

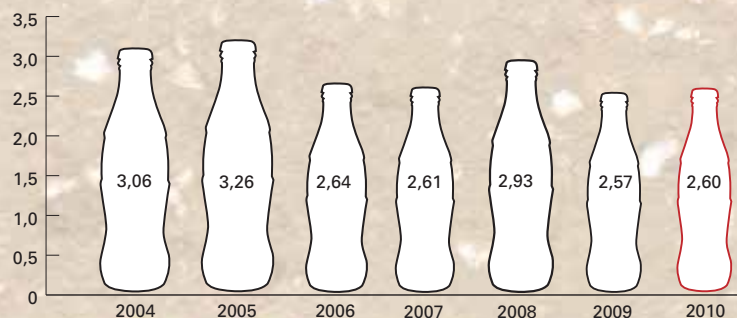




VODA

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. Instalace nové aseptické výrobní linky si v roce 2008 vyžádala i spuštění nové úpravný vody, díky níž jsme na konci roku 2008 zaznamenali pokles vodárenských kalů o 35 %. Zlepšení odpadních vod se výrazně projevilo již v roce 2009. V roce 2010 spotřeba opět poklesla, a to dokonce pod úroveň roku 2007. Pokles byl způsoben mimo jiné i technologií recyklace vody, což v praxi znamená, že vodu použitou na oplachy dopravníků znovu použijeme např. na umytí přepravek vrácených z trhu.

Počet litrů vody použitých na výrobu jednoho litru nápoje



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 světel. Aseptická výrobní linka, instalovaná v roce 2008, se nicméně projevila i na zvýšení spotřeby elektrické energie ve výrobním závodě, neboť aseptická výrobní technologie je značně energeticky náročná. I přes provoz aseptické linky jsme v roce 2010 docílili poklesu spotřeby elektrické energie o 12 %. Napomohla tomu i celofiremní osvětlová kampaň, při které se zaměstnanci seznámili se způsoby šetření elektrickou energií, a to jak ve výrobních a skladových prostorách, tak i v kancelářských budovách.

Spotřeba energie v MJ na výrobu jednoho litru nápoje





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 neustále inovujeme naše produktové obaly.

V roce 2009 jsme snížili hmotnost 500ml láhve pro nápoje vyráběné na aseptické výrobní lince o 10 % – z 23 g na 18 g. Na výrobu plastových láhví používáme také recyklovaný materiál množství recyklátu činí v závislosti na typu láhve až 20 %.

	<i>hmotnost obalu v gramech</i>					
	2006	2007	2008	2009	2010	snížení o
<i>0,5L PET Bonaqua</i>	23	18				19 %
<i>1,5L PET Bonaqua</i>	43	36				16 %
<i>0,33L vratné sklo Coca-Cola</i>	444	333,5				25 %
<i>0,33L vratné sklo Fanta & Sprite</i>		432	308			29 %
<i>0,5L PET Nestea, Cappy Ice Fruit</i>			23	18		10 %
<i>1,5L PET Nestea</i>				39	36	8 %

EKO-KOM

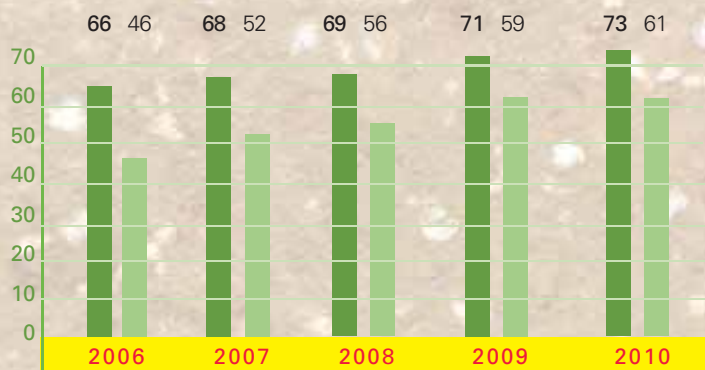




Naše společnost je výrobcem mnoha různých druhů obalů, tak jak je preferují naši spotřebitelé – od vratných skleněných láhví a aluminiových plechovek přes plastové náplně do výčepních zařízení až po kombinované či plastové (PET) obaly. Všechny tyto obaly jsou bez výjimky recyklovatelné. Snažíme se o to, aby se pokud možno každý obal vrátil ke spotřebiteli, ať už při opakovaném použití, nebo v recyklované podobě. Za důležitý prvek ochrany životního prostředí proto považujeme třídění a recyklaci všech našich 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 v polovině devadesátých let minulého století 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 98 % české populace (z nichž 66 % na sběru a třídění v roce 2010 aktivně participovalo) a z hlediska geografického pokrytí je jedním z nejlepších v Evropě – v roce 2010 byla hustota dostupnosti barevných kontejnerů na tříděný odpad již jen 110 metrů. V systému EKO-KOM byla dosažena celková míra recyklace 73 %, přičemž plasty jsou recyklovány v míře 61 % a PET materiál jako součást této skupiny dosahuje téměř sedmdesáti procent. Všeobecně lze říci, že v ČR je recyklováno sedm PET lahví z 10, což stává Českou republiku na úroveň srovnatelnou s nejlepšími zeměmi EU.

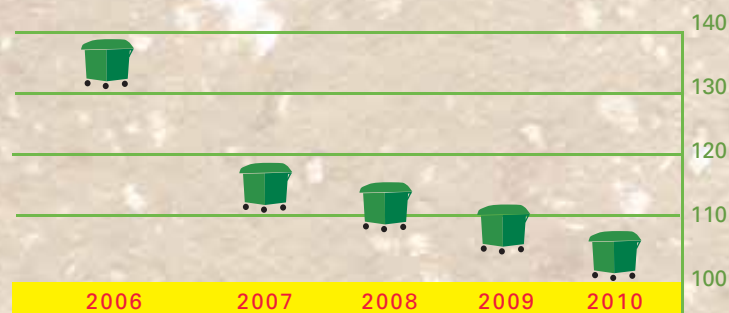



Procenta recyklace odpadů z nevratných obalů v systému EKO-KOM



Celková recyklace v ČR 
Všeobecné plasty 

Průměrná vzdálenost barevných kontejnerů od českých domácností v metrech



Průměrná vzdálenost v metrech 

TRŽNÍ PROSTŘEDÍ





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:

- chceme si zasloužit důvěru našich spotřebitelů tím, že nabízíme vysoce kvalitní produkty a služby, které uspokojí jejich potřeby a hodí se k jejich životnímu stylu;
- podporujeme naše obchodní partnery na lokální i globální úrovni tím, že budujeme spolehlivé, soudržné, vzájemně přínosné vztahy;
- děláme marketing s respektem k ekonomickým, sociálním a kulturním 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 o obsahu 0,25, 0,33 a 0,5 l recyklovatelné PET láhve o objemech 0,33, 0,5, 1, 1,5 a 2 l a kartonové obaly pro džusy.





NOVINKY

Abychom nabízeli našim spotřebitelům nápoje, které odpovídají trendům v oblasti aktivního životního stylu, neustále rozšiřujeme své portfolio a každý rok uvádíme na trh novinky. V průběhu roku 2010 to byly tyto:

- reformulovaný nápoj Coca-Cola light („Nová lepší chuť bez kalorií“);
- džusy Cappy Fruit Plus antioxidanty s novou příchutí jablko, červené hroznové a kiwi;
- minerální premiová značka vody Römerquelle v perlivé i neperlivé variantě;
- pramenitá voda Bonaqua se objevila v nových příchutích – červený pomeranč, citron & limetka, jahoda & rebarbora, maracuja & máta;
- oblíbený sycený nápoj Fanta je nyní k dispozici také v nové příchuti lesní plody;
- na trh jsme uvedli nový energetický nápoj Monster ve variantách Energy, Ripper, Lo-Carb, Export;
- energetický nápoj Burn se objevil ve variantě Burn shot a Burn tropical (kombinace energetického nápoje a džusu);
- nápoj Cappy Junior s 50 % ovocné šťávy bez konzervantů, bez přidaného cukru a s kapkou medu, a to v nové příchuti multivitamin.

NUTRIČNÍ ZNAČENÍ NA ETIKETÁCH

Naše společnost se v rámci spolupráce v evropské asociaci výrobců nealkoholických nápojů UNESDA* 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 naši spotřebitelé v Evropě přejí mít stručné, přehledné, ale přitom vědecky podložené informace o našich výrobcích, aby si mohli zodpovědně vybrat výrobky odpovídající jejich životnímu stylu a požadavkům na výživu. Výzkum přesvědčivě dokazuje, 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 jiné společnosti a budou spotřebitelům poskytovat informace ve svém nejlepší zájmu.

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

500 ml
MINIATURNÍ POUK
Infocentrum
185 234 885 881
185 234 884 884
WWW.COCA-COLA.CZ
WWW.COCA-COLA.SK

1 000 000 cool výher!
1000 000 cool výher!

Najdi výherní kód pod víčkem a získaj!
Najdi výherní kód pod uzáverom a získaj!

900 000 X
0,5 l Coca-Cola

99 900 X
Coca-Cola hra do mobilu

100 X
Microsoft Xbox 360 4GB Kinect bundla

Coca-Cola

Energetická hodnota 105 kcal
5%*
Cukr 27g 29%*
Tuky 0g 0%*
Mazanost/ Nasycená mastná kyselina 0g 0%*
Sodík 0g 0%*

NUTRIČNÍ NUTRIČNÍ HODNOTY NA 100 ml

Energetická hodnota	Isotoničtější	Isotoničtější
105 kcal	0,0 g	0,0 g
27 g	0,0 g	0,0 g
0 g	0,0 g	0,0 g
0 g	0,0 g	0,0 g
0 g	0,0 g	0,0 g

*% doporučené denní množství pro dospělého člověka na základě předpokladu, že optimální průměrná dávka pro zdravého člověka je kolem 2000 kcal a denní příjem 7000 kJ. % doporučené denní množství pro dospělého člověka na základě předpokladu, že optimální průměrná dávka pro zdravého člověka je kolem 2000 kcal a denní příjem 7000 kJ.

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



ODPOVĚDNÝ MARKETING – ZÁVAZKY UNESDA

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

- neumisťuje v médiích jakoukoliv reklamní komunikaci zaměřenou na děti do 12 let;
- vystříhá 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*. 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.

**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 v našem 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.





Středisko služeb zákazníkům

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 kterém 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. Nově jsme zavedli pro zlepšení našich služeb tzv. SPOC (Single Point of Contact). Cílem je zjednodušit komunikaci v případě řešení problémů – každý telefonní operátor je zodpovědný za zvednutý příchozí hovor od začátku do konce, čímž není myšleno jen položení telefonu, ale i vyřešení jeho požadavku pomocí speciálně připravené databáze.



Středisko služeb zákazníkům:

**obsluhuje celou ČR i SK, tedy více než 75000 zákazníků;
za rok přijme více než 390 000 příchozích hovorů;
za rok zrealizuje více než 900 000 hovorů.**

Distribuce zboží k zákazníkům

Velmi významnou službou, kterou Coca-Cola HBC Česká republika nabízí svým zákazníkům, je doprava zboží až na místo určení – ať již je to sklad velké prodejny, nebo skládek v podzemní restauraci. 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 a díky efektivní, počítačem řízené logistice a pravidelné údržbě i méně zatěžují životní prostředí.

Zákaznický časopis

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika vydává několikrát do roka časopis „Coca-Cola svět“, který je určen zákazníkům společnosti a který 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 i možnost vyhrát hodnotné ceny v soutěžích. Se stále vzrůstajícím počtem zákazníků vietnamské národnosti jsme v roce 2010 začali vydávat tento zákaznický časopis i ve vietnamštině.





PROGRAM ODEZVY SPOTŘEBITELŮM A ZÁKAZNÍKŮM

System reklamaci 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 reklamacie 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 reklamaci jsou pracovníci obchodního oddělení pravidelně důkladně 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 neprovádíme jen ve výrobě, ale také na trhu. Tým obchodních zástupců pravidelně kontroluje kvalitu našich produktů u našich zákazníků, tj. v restauracích, barech, kinech či obchodech tak, aby každý, kdo si náš nápoj koupí, měl jistotu prvotřídní kvality.





SPOLUPRÁCE S KOMUNITAMI



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

- **podporujeme takové iniciativy a partnerství, které jsou důležité pro místní komunity;**
- **nasloucháme komunitám, ve kterých působíme, bereme v úvahu jejich pohled a potřeby při našem podnikání.**

DĚTSKÉ DOMOVY

V prosinci roku 2000 společnost Coca-Cola HBC Česká republika rozběhla 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 je v těchto domovech v tuto chvíli přihlášeno více než 400 dětí. Naším cílem je přispět ke zlepšení každodenního života dětí v domovech. 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 přispět například na využití volného času dětí v domovech. Domovům tak pomáháme při organizaci jejich akcí, přispíváme na výlety dětí, podporujeme individuální zájmy dětí, vzdělávání a podobně – zaplatili jsme například barmanské či 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 Deány Jakubiskových, kolínské sdružení pro pomoc tělesně postiženým Srdíčko, Haima Ostrava – občanské sdružení pro pomoc dětem s poruchami krvevotvorby, Kontakt bez bariér, Dětské krizové centrum, MŠ, ZŠ a SŠ pro sluchově postižené, Sdružení dobrovolných zdravotnických záchranářů Česká Kamenice a mnohé další.



SPOLUPRÁCE S RADNICEMI PRAHY 14 A PRAHY 20

Coca-Cola HBC Česká republika velmi úzce spolupracuje s úřadem městské části Praha 14, tedy s radnicí v místě svého sídla, a od roku 2008 i s úřadem městské části Praha 20, kde má své distribuční centrum.

S radnicí Prahy 14 společně každý rok organizujeme oslavu Dětského dne – Praha 14 již tradičně zajišťuje místo, organizační záležitosti 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 2010 se oslav Dětského dne zúčastnilo více než 350 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 akce Babí léto.

Spolupráce s radnicí Prahy 20 – Horních Počernic začala v roce 2008 poté, co jsme v katastrofu této městské části vybudovali nové distribuční centrum. Také tady podporujeme různé kulturní a sportovní akce, například zámecké historické slavnosti či žákovský turnaj ve fotbale.



PODPORA OBCÍ POSTIŽENÝCH POVODNĚMI

V posledních letech často postihují české kraje záplavy, v jednotlivých letech více či méně katastrofické. Ty, které přišly v květnu 2010 na sever Moravy a v srpnu 2010 na Liberecko a Děčínsko, byly obzvláště tragické. Mnoho domů voda nenávratně poničila, nespočet lidí se ocitlo bez střechy nad hlavou.

Protože chápeme, jak palčivý je nedostatek vody a přísunu tekutin v zaplavených a doslova fyzicky odříznutých oblastech, ihned po vypuknutí záplav jsme sami kontaktovali radnice v nejméně postižených oblastech s nabídkou pomoci. Tamním krizovým centřům jsme poskytli nejen balenou vodu Bonaqua, ale i nápoje Coca-Cola a Burn, které poskytly energii především záchranářům odklízějícím způsobené škody. Pro podobné situace jsme zavedli rychlý proces pomoci a v případě nouze sami kontaktujeme postižené oblasti prostřednictvím krizových štábů. Díky naší distribuci jsme schopni na území České republiky pomoci zásobováním balené vody či nealkoholických nápojů v průběhu několika hodin.





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. Pokud nějaké město chce obohatit předvánoční program pro své občany

o návštěvu Vánočního kamionu, stačí mu již jen zajistit vhodné místo, o ostatní se postaráme my.

Veškeré výtěžky z prodeje na těchto akcích jsme darovali vždy konkrétnímu městu, ve kterém se akce konala – dohromady jsme na dobročinné účely tímto způsobem darovali městům více než 190 000 Kč.



OCENĚNÍ ZA NEJLEPŠÍ KORPORÁTNÍ AKCI ROKU 2010

V květnu roku 2010 proběhla v Clarion Congress hotelu v Praze celoevropská Leadership Conference naší skupiny – Coca-Cola Hellenic.

Každoroční konference se účastní kompletní vedení společnosti (operující ve 28 zemích Evropy, Eurasie a Afriky) společně s mnoha řídicími pracovníky systému Coca-Cola z celého světa. Zajímavou skupinou hostů byli restauratéři a hoteliéři, tedy místní podnikatelé původem pocházející z každé ze zmíněných 28 zemí, kde firma operuje – díky tomu se v Praze potkali například rumunská cukrářka z Horních Počernic či nigerijský majitel a barman pražského baru na Výtoni s kompletním vedením jednotlivých operací společností Coca-Cola HBC. Kromě významu akce pro tzv. Coca-Cola systém

byla konference i velkým přínosem díky věcné a vkusné prezentaci Prahy a reálnou ukázkou nabídek kongresové turistiky České republiky. Prague Convention Bureau, nezisková organizace spolupracující s Magistrátem hlavního města Prahy, Českou centrálou cestovního ruchu (CzechTourism) a Asociací hotelů a restaurací České republiky každoročně uděluje prestižní ceny za rozvoj kongresové turistiky v Praze. Poprvé v roce 2010 se udělovala cena za kategorii nejvýznamnější korporátní akce roku a jsme hrdí na to, že se vítězem stala právě Leadership Conference.



PODPORA KULTURY

Naším cílem je podporovat mnoho kulturních akcí a tento cíl se nám daří plnit. Protože Coca-Cola se nejčastěji spojuje s hudbou, podporujeme velké množství hudebních i multižánrových festivalů. Colors of Ostrava, Master of Rock, České a moravské hrady, Benátská noc, Sázavafest, JamRock, Sonisphere. Již od roku 2007 jsme jedním z partnerů mezinárodní soutěže pro mladé nadané hudebníky Concertino Praga, kterou pořádá již více než 40 let Český rozhlas.

SPORT A AKTIVNÍ ŽIVOTNÍ STYL

Naším cílem je podporovat aktivní životní styl – mnoho odborníků potvrzuje, že aktivita 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).



PODPORA SPORTOVNÍCH KLUBŮ A AKCÍ

Kromě vlastních, výše zmíněných projektů, společnost Coca-Cola podporuje také devět klubů z nejvyšší fotbalové ligy a je partnerem české hokejové reprezentace a extraligy ledního hokeje. Dále 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 příspěvku rodinný sektor, v němž celé rodiny mohou v klidu a pohodě sledovat fotbalové utkání a ještě se případně zabavit u dalších atrakcí. Během celého roku 2010 jsme podpořili desítky nejrůznějších sportovních akcí, zaměřených na mnoho sportů a cílových skupin; pro ilustraci jmenujme alespoň cyklistiku, dlouhý i krátký triatlon, běh, sportovní rock'n'roll a další.



Sycené nealkoholické nápoje



Coca-Cola



Coca-Cola light



Coca-Cola zero

Sycené nealkoholické nápoje



Coca-Cola Cherry



Fanta



Sprite

Sycené nealkoholické nápoje



Kinley Tonic



Lift

Lifter

Ledové čaje a kávy



Nestea



Illy

Džusy a ovocné nápoje



Cappy Ice Fruit



Cappy

Džusy a ovocné nápoje



Cappy



Cappy Junior

Balené vody



Bonaqua



Balené vody

Energetické a sportovní nápoje



Romerquelle



Burn



Monster



Powerade



Jsme třetím nejpreferovanějším zaměstnavatelem v České republice dle výsledků ankety studentské organizace AIESEC „The most desired company – Zaměstnavatel roku 2010“ (a prvním v oblasti rychloobrátkového zboží).

Chtěli byste u nás pracovat?

Navštivte stránku

www.coca-cola.jobs.cz

s nabídkou aktuálních pozic u nás.

Coca-Cola HBC Česká republika

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: Kateřina Švecová.
Realizace: MOLOKO ateliér s.r.o.