

SPRÁVA O SOCIÁLNEJ ZODPOVEDNOSTI 2014



Coca-Cola HBC Slovenská republika

EDITORIÁL



VÁŽENÍ SPOTREBITEĽIA, OBCHODNÍ PARTNERI, DODÁVATEĽIA, PRIATEĽIA A ČITATEĽIA,

tohtoročná, v celkovom poradí už ôsma správa o sociálnej zodpovednosti ponúka informácie o našej spoločnosti za rok 2014 a zahŕňa oblasti našej činnosti, ktoré síce nie sú príliš viditeľné, sú však neodmysliteľnou súčasťou všetkých našich krokov smerujúcich k trvalej udržateľnosti nášho podnikania.

Toto zhrnutie Vám ponúkame v dobe, pre ktorú je charakteristická pokračujúca recesia a znížený dopyt v kategórii nealkoholických nápojov, čo zároveň dokazuje, že naše aktivity v oblasti udržateľnosti sú plne integrované so všetkým, čo robíme, či už v lepších alebo horších časoch.

Na nasledujúcich stránkach úplne vynovenej verzie tejto správy nájdete informácie o tom, ako podnikáme

a ako sa pritom snažíme riadiť zásadami ochrany životného prostredia, ako dodržiavame mnohé etické štandardy, aké pracovné prostredie a podmienky ponúkame našim zamestnancom, ako sa snažíme minimalizovať negatívne pôsobenie na okolitý svet, či ako podporujeme regióny, v ktorých podnikáme, teda informácie o našich aktivitách, ktoré často idú nad rámec miestnych legislatívnych požiadaviek a ktoré implementujeme ako spoločensky zodpovedná firma.

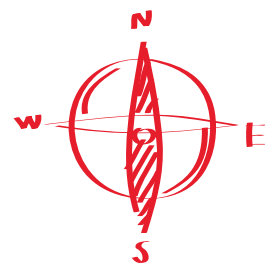
V roku 2014 bola naša skupina Coca-Cola Hellenic vyhodnotená ako líder v kategórii nealkoholických nápojov v rámci indexov DJSI: Dow Jones Sustainability World Index a Dow Jones Sustainability Europe Index. Okrem toho sme získali aj najvyššie hodnotenie „A“ v oblasti projektov zameraných na informácie o emisiách uhlíka a boli sme zaradení do globálneho zoznamu CDP Climate Performance Leadership Index 2014 (index spoločností, ktoré vyvíjajú najväčšie úsilie v boji proti klimatickým zmenám).

Naše správy o sociálnej zodpovednosti už osem rokov umožňujú retrospektívne ohliadnutie a v strednodobom horizonte dokumentujú náš prístup k podnikaniu na českom trhu.

Pre mňa osobne sú dôkazom toho, že na slovenskom trhu sa dlhodobo snažíme nielen uspieť, ale zároveň byť zodpovední, ohľaduplní, a kde je to možné, aj prospešní svojmu okoliu. Pevne verím, že tieto informácie budú takýmto dôkazom aj pre vás.

Tomáš Kadlec
konateľ

SKUPINA COCA-COLA HBC



28 KRAJÍN EURÓPY, ÁZIE A AFRIKY

Coca-Cola HBC Slovenská republika, s. r. o., je členom skupiny Coca-Cola HBC Group, jedného z najväčších svetových producentov značkových nápojov spoločnosti The Coca-Cola Company, ktorý podniká v 28 krajinách Európy, Ázie a Afriky a ponúka nápoje viac ako 579 miliónom spotrebiteľov. Celá skupina má viac ako 35 000 zamestnancov, 66 výrobných centier a viac ako 307 distribučných centier a skladov. Centrála spoločnosti Coca-Cola HBC Group sídli vo Švajčiarsku. Akcie firmy sú obchodované v prémiovom segmente na Londýnskej burze cenných papierov a v rámci sekundárneho listingu na burzách v Aténach a New Yorku. Všetky činnosti firmy Coca-Cola HBC Group smerujú k dosiahnutiu vedúceho postavenia v oblasti trvalo udržateľného rozvoja.



OBSAH

1. História Coca-Coly

2. Coca-Cola Systém

3. Naše poslanie, firemná stratégia a hodnoty

4. Spoločenská zodpovednosť

4.1. „JA“

- Portfólio výrobkov**
 - Novinky v roku 2014
 - Nestea a Cappy Ice Fruit so stéviou
 - Veľkosť predávaných balení
- Informovaný spotrebiteľ a zodpovedný marketing**
 - Bezpečnosť a kvalita
 - Nutričné značenie na etiketách
 - Zodpovedný marketing
- Aktívny životný štýl a zdravie**

4.2. „MY“

- Podpora rozvoja mladých ľudí**
 - Detské domovy
 - Prehliadka výrobného závodu v Lúke
- Spolupráca s miestnymi komunitami a neziskovými organizáciami**
 - Neziskové organizácie a iné záujmové združenia
 - Spolupráca s miestnymi samosprávami
 - Vianočný kamión
- Komunikácia so zákazníkmi**
 - Práca obchodného zástupcu
 - Stredisko služieb zákazníkov
 - Časopis pre zákazníkov
 - E-shop

d) **Naši zamestnanci**

- Postup pri zamestnávaní
- Odmeňovanie
- Interná komunikácia
- Rada zamestnancov
- Program „Coke Ambassador“
- Pravidelné prieskumy spokojnosti zamestnancov
- HR ukazovatele
- Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci

4.3. „SVET“

- Ochrana vodných zdrojov**
- Energie a klíma**
 - Vozový park
 - Zariadenia pre chladené nápoje
- Obaly a recyklácia**
 - Nakladanie s odpadmi
 - Organizácia ENVI-PAK
 - Štandardy, certifikáty a pravidlá

1. HISTÓRIA COCA-COLY



AKO SA TO VŠETKO ZAČALO

História značky Coca-Cola siaha až do roka 1886, keď bol v Atlante v štáte Georgia vyrobený jej prvý nápoj. Na našom území sa objavila až po päťdesiatich deviatich rokoch, keď ju na konci 2. svetovej vojny do západných Čiech priviezli americkí vojaci a vymieňali ju s miestnymi obyvateľmi za plzenské pivo.

Prvá Coca-Cola bola u nás, vo vtedajšom Československu, vyrobená až v roku 1971, a to na základe licenčnej zmluvy Coca-Cola Company a národného podniku Fruta Brno, ktorý obchodoval so zeleninovými a ovocnými výrobkami.

Česi i Slováci mohli vďaka tomu až do roku 1989 ochutnávať rôzne výrobky od niekoľkých výrobcov. V Karlových Varoch sa vyrábala Cherry Coke a bezkofeínová Coca-Cola, v Chráste pri Chrudimi džúsy Cappy a v Českých Budějoviach Lift.

Významným medzníkom rozšírenia nápojov Coca-Cola bol pochopiteľne rok 1989. Po nežnej revolúcii začala Coca-Cola Company v Československu pôsobiť samostatne.

1990

Prvá Coca-Cola na Slovensku bola vyrobená v roku 1990 a pochádzala z Liptovského Mikuláša, kde ju tamojší výrobca nealkoholických nápojov plnil na základe licencie od The Coca-Cola Company.



1993

25. januára 1993 vznikla spoločnosť Coca-Cola Amatil Slovakia, s.r.o., ktorá sa rozhodla vybudovať výrobné kapacity na výrobu nealkoholických nápojov priamo na Slovensku.

6. novembra 1993 dochádza k podpisu zmluvy o predaji výrobného závodu na nealkoholické nápoje v obci Lúka pri Piešťanoch a začína sa technická prestavba závodu.

1994

7. apríla 1994 o 15.15 hodine sa vyrobila prvá fľaša Coca-Coly a o týždeň neskôr 14. apríla 1994 sa uskutočnilo slávnostné spustenie výrobného závodu v Lúke do prevádzky.

1997

Coca-Cola Amatil sa rozdelila. Z jej európskej časti vzniká britská Coca-Cola Beverages a neskôr aj Coca-Cola Beverages Česká republika, ktorá otvára desať predajných a obchodných centier a zamestnáva viac ako 1000 zamestnancov.

2000

Coca-Cola Beverages sa zlučuje so samostatnou gréckou výrobnou spoločnosťou Hellenic Bottling. Vzniká tak druhý najväčší strategický partner Coca-Cola Company, spoločnosť Coca-Cola Hellenic Bottling Company, ktorá u nás vybudovala obchodnú a distribučnú sieť.

2005

Vzniká spoločná operačná jednotka Coca-Cola Beverages Česká a Slovenská republika a na jej čelo sa dostáva súčasný generálny riaditeľ Tomáš Kadlec.

2008

Obchodný názov spoločnosti sa mení na Coca-Cola HBC Slovenská a Česká republika.



2. COCA-COLA SYSTEM



PARTNERSTVO SO SPOLOČNOSŤOU THE COCA-COLA COMPANY

Zdroje, znalosti a skúsenosti spoločnosti The Coca-Cola Company (TCCC) spájame s vlastnými skúsenosťami z výroby, distribúcie a predaja nápojov.

TCCC vyrába a predáva koncentráty, ktoré tvoria základ nápojov. Ďalej má na starosti

marketing cieľný na spotrebiteľa a starostlivosť o jednotlivé značky. My, Coca-Cola HBC, sme zodpovední za výrobu, distribúciu a predaj značkových nealkoholických nápojov spoločnosti The Coca-Cola Company. Máme na starosti tzv. trade marketing, ktorý sa realizuje priamo u zákazníkov.

Coca-Cola HBC Slovenská republika, s.r.o., je dcérskou spoločnosťou

Coca-Cola HBC Group a vyrába, predáva a distribuuje značkové nealkoholické nápoje spoločnosti The Coca-Cola Company. Spolupracujeme takmer s 20 000 zákazník-

mi, prevádzkujeme sedem distribučných a administratívnych pobočiek, prostredníctvom ktorých dodávame naše výrobky obchodným partnerom a vďaka nim aj konečným spotrebiteľom.

Zamestnávame zhruba 330 zamestnancov a na každé pracovné miesto nadväzuje niekoľko ďalších v rámci našich dodávateľsko-odberateľských vzťahov.

THE COCA-COLA COMPANY

- » podporuje dopyt
- » vlastní ochranné značky
- » dodáva koncentráty
- » rozvíja jednotlivé značky
- » marketing cieľi na spotrebiteľov





COCA-COLA HBC

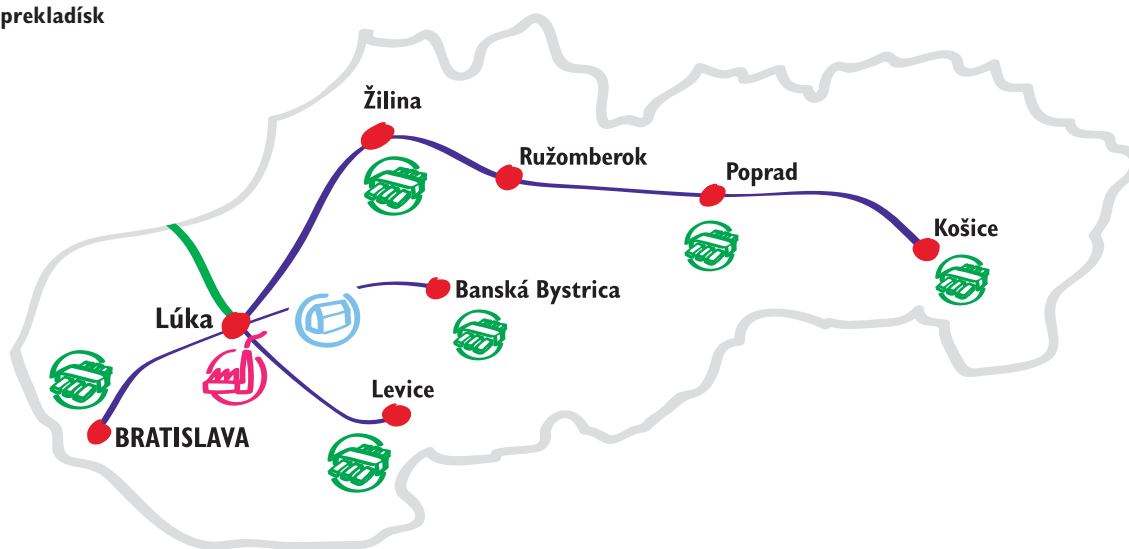
- « uspokojuje dopyt
- « vyrába nápoje z nakúpených koncentrátov
- « zabezpečuje distribúciu a predaj
- « riadi odberateľské vzťahy
- « realizuje marketing u zákazníkov
- « rozvíja distribučné kanály
- « investuje do výrobných zariadení

INFRAŠTRUKTÚRA

Slovenská republika

-  1 výrobný závod
-  1 centrálny sklad
-  6 prekladísk

-  distribúcia na prekladisko
-  kamiónová preprava



COCA-COLA HBC SR V ČÍSLACH:



20 000
zákazníkov



68
obchodných
zástupcov



19 200
chladiacich
zariadení



670
predajných
automatov



950
postmixov



176
rôznych
výrobkov

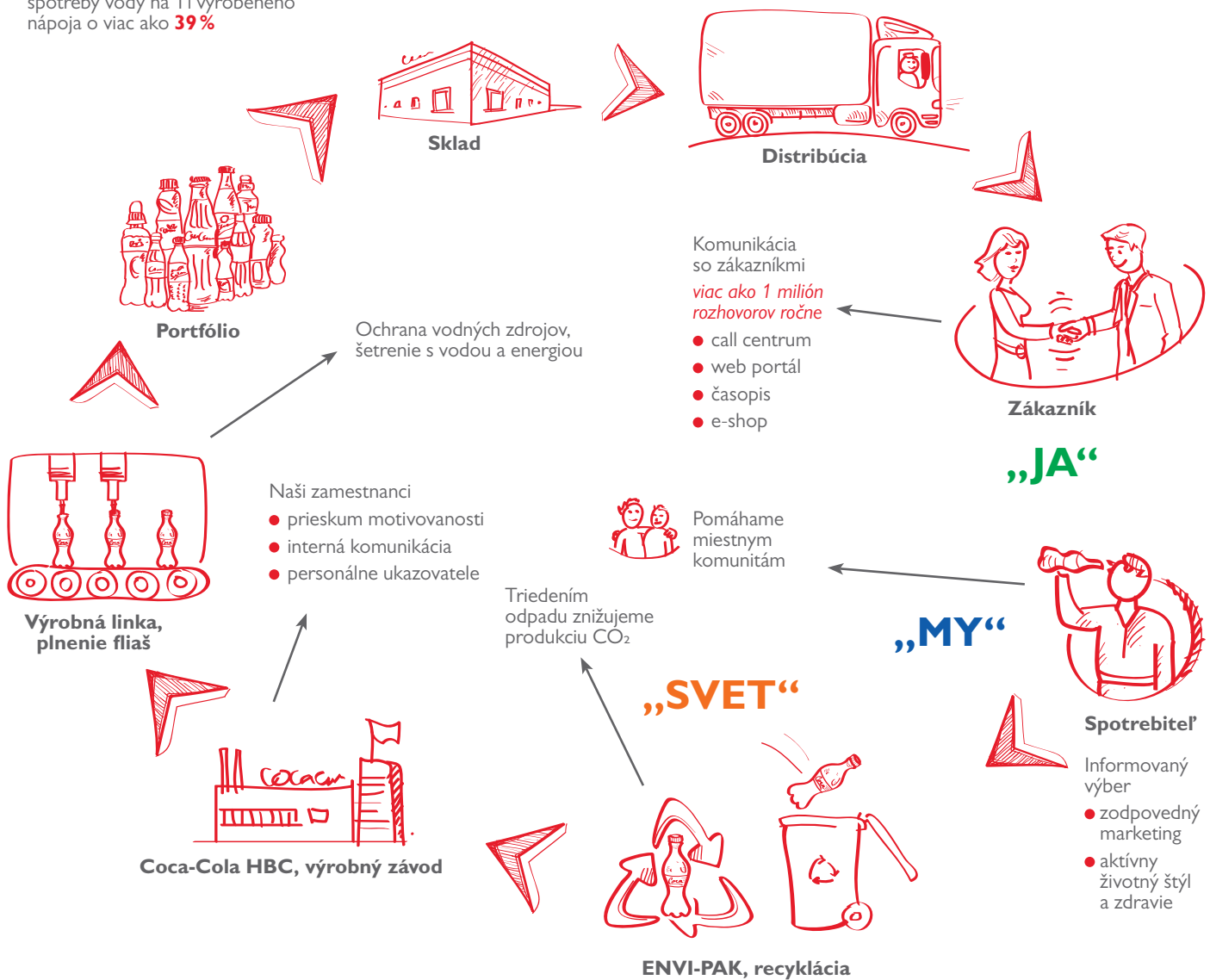


118 mil.
litrov nápojov
predaných
v roku 2014

CYKLUS FLIAŠ

NOVÉ TECHNOLOGIE:

Od r. 2008 do r. 2014 klesol pomer spotreby vody na 1l vyrobeného nápoja o viac ako **39%**



3. NAŠE POSLANIE, FIREMNÁ STRATÉGIA A HODNOTY



Naším poslaním je prinášať osvieženie našim spotrebiteľom, byť partnerom našich zákazníkov, prinášať zisk našim akcionárom a obohacovať život miestnych komunít.

Základným stavebným kameňom našej stratégie, dnes alebo i kedykoľvek v budúcnosti, sú naše hodnoty. Naše autenticita, starostlivosť o našich ľudí, náš tímový duch, snaha o najlepší výkon, naša schopnosť sa učiť sa a naša orientácia na zákazníka sú naše hodnoty, ktoré nás robia neporazitelnými.

Tieto hodnoty si ctíme a riadime sa nimi. Ak ďalej spojíme naše hodnoty s ďalšími kameňmi skladačky, teda s našimi schopnosťami riadiť naše náklady, byť dôveryhodnými partnermi našich zákazníkov, získavať dôveru okolitých komunít a získať si aj dôveru spotrebiteľov, a keď k tomu ešte primiešame ingrediencie starostlivosti o talenty a schopnosti bezproblémovej spolupráce so spoločnosťou The Coca-Cola Company, potom pred sebou máme stratégiu, ktorá je účinná, prakticky neprekonateľná a hlavne dlhodobou udržateľná.

AUTENTICITA

Ctíme si naše hodnoty. Robíme to, čo je správne – nie len jednoduché.

VÍŤAZÍME S NAŠIMI ZÁKAZNÍKMI

Naši zákazníci sú srdcom všetkého, čo robíme.

SME JEDEN TÍM

Veríme v silu tímovej práce.

NAŠE HODNOTY

ZAÚJÍMAME SA O SVOJICH ĽUDÍ

Dôverujeme svojim ľuďom, rozvíjame ich a dávame im zodpovednosť.

DOKONALOSŤ

Chceme udivovať rýchlosťou a zaujatím pre prácu.

STÁLE SA UČÍME

Načúvame druhým a sme prirodzene zvedaví.

4. SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ



Spoločenská zodpovednosť spoločnosti Coca-Cola HBC SR vychádza z našej snahy o zabezpečenie udržateľného rozvoja. Za posledné desaťročie sme spoločenskú zodpovednosť a dlhodobú udržateľnosť začlenili do všetkých aspektov riadenia firmy a realizovali sme investície, ktorých cieľom je vytvárať hodnoty v dlhodobom horizonte. Kľúčovou otázkou pre naše podnikanie a pre komunity, ktoré sú na ňom zainteresované, je zdravie spotrebiteľa. Naďalej sa zameriavame na minimalizovanie pôsobenia našej činnosti na životné prostredie.

Odmenou za toto úsilie je uznanie prostredníctvom indexov Dow Jones Sustainability (od roku 2008) a FTSE4Good (od roku 2001). V roku 2014 bola naša spoločnosť vyhodnotená ako líder vo výrobe nápojov v rámci indexov DJSI: Dow Jones Sustainability World Index a Dow Jones Sustainability Europe Index. Získali sme aj najvyššie hodnotenie „A“ v oblasti Carbon Disclosure Project (CDP, projekt na zverejňovanie informácií o emisiách uhlíka) a boli sme zaradení do globálneho zoznamu CDP Climate Performance Leadership Index 2014 (index spoločností, ktoré vyvíjajú najväčšie úsilie v boji proti zmene klímy).



MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM



Spoločenská zodpovednosť firmy a trvalo udržateľný rozvoj

Naša podnikateľská stratégia a základné hodnoty zahŕňajú našu prioritu, ktorou je proces vytvárania hodnôt zdieľaných zamestnancami, spotrebiteľmi, zákazníkmi a miestnymi komunitami. Aby sme mohli vyššie uvedené skutočne dosiahnuť, musí byť udržateľnosť pevnou súčasťou nášho podnikania. Zodpovedné správanie a udržateľný rozvoj sa v našej firme nekončí

vyrobením fľaše nápoja Coca-Cola, pretože sú prítomné v celom hodnotovom reťazci – od výrobcov surovín cez dodávateľa a koncových zákazníkov až po širokú spotrebiteľskú verejnosť. Naším cieľom je vytvárať hodnotu pre každého spotrebiteľa a byť činiteľom pozitívnych zmien nielen v miestnych komunitách, ale na celom svete. A naša stratégia trvalo udržateľného rozvoja sa preto nesie v duchu poslania:

„JA. MY. SVET.“



JA

Spokojnosť spotrebiteľov je našou kľúčovou prioritou. Snažíme sa, aby poznali čo najviac faktov o našich výrobkoch a chápali ich úlohu v zdravom životnom štýle. Kladieme dôraz na na informovanosť spotrebiteľa a pochopenie našej práce prostredníctvom rôznych aktivít, napríklad partnerstiev s organizáciami pôsobiacimi v oblasti športu, zodpovedných marketingových kampaní a projektov propagujúcich aktívny životný štýl.

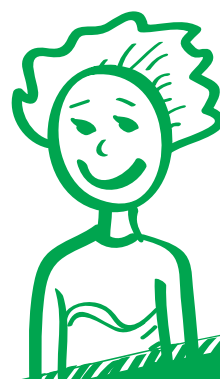
MY

Naším cieľom je byť aj naďalej váženým ekonomickým a spoločenským partnerom a prispievať k rozvoju miestnych komunit prostredníctvom starostlivosti o budúce generácie. Mladí ľudia sú naša budúcnosť a našou povinnosťou je podporovať ich a poskytovať im možnosti rozvoja. Našími partnermi sú organizácie podporujúce rozvoj mladých ľudí, a tiež obce a mestá, v ktorých realizujeme našu podnikateľskú činnosť.

SVET

Keďže sme si vedomí vplyvu nášho podnikania na životné prostredie, ekologický prístup je základom všetkých našich aktivít. Máme stanovené náročné a konkrétne ciele, ktoré merajú naše pôsobenie na životné prostredie, neustále sa snažíme znižovať vodu na výrobu 1l nápoja aj množstvo použitej energie. Na týchto zmenách spolupracujeme s našimi partnermi a spolu realizujeme projekty v oblasti ochrany životného prostredia vrátane účasti na systéme zberu a triedenia obalov.

4.1. „JA“



Jedným z našich kľúčových záväzkov je **poskytovať spotrebiteľom pravdivé informácie o našich výrobkoch a pomáhať im pochopiť úlohu týchto výrobkov v ich zdravom a aktívnom životnom štýle**. Cieľom našich programov v tejto oblasti je riešiť relevantné otázky týkajúce sa výživy a zdravého životného štýlu.

STRATEGICKÉ OBLASTI S VÝZNAMNÝM DOSAHO M

A) Portfólio výrobkov

Naše portfólio sa vyznačuje rôznorodosťou príchuťí, ingrediencií a obalov. V snahe reagovať na potreby spotrebiteľov ponúkame veľký výber nápojov vrátane výrobkov so zníženým a nulovým obsahom kalórií.

B) Informovaný spotrebiteľ

Poskytujeme komplexné informácie o ingredienciách obsiahnutých v našich výrobkoch a na našich etiketách sme dobrovoľne zaviedli program

odporúčaných denných dávok – tzv. **Guideline Daily Amounts (GDA)**.

Osveta a informácie o ingredienciách obsiahnutých v našich výrobkoch sú kľúčovými prioritami našej stratégie. Informácie o našich výrobkoch aktívne poskytujeme spotrebiteľom prostredníctvom rôznych komunikačných kanálov vrátane našej telefonickej informačnej linky pre spotrebiteľov alebo ľahko dostupného e-mailového spojenia.

Zodpovedný marketing

Nezameriavame sa na deti mladšie ako 12 rokov, pretože deti tohto veku ešte nemajú dost' skúseností ani potrebnú schopnosť posúdiť poskytované informácie.

C) Aktívny životný štýl a zdravie

Aktívny životný štýl spotrebiteľov a miestnych komúnit podporujeme vytváraním rôznych príležitostí na jeho realizáciu. Sme presvedčení, že rovnováha medzi počtom kalórií prijatých v potravinách a nápojoch a počtom kalórií, ktoré sa spália v rámci fyzických a športových aktivít, je veľmi dôležitá pre celkovú fyzickú a duševnú pohodu, teda nielen kvôli ideálnej hmotnosti.



4.1.a PORTFÓLIO VÝROBKOV



PESTRÝ VÝBER NÁPOJOV VRÁTANE PRODUKTOV S NÍZKYM A NULOVÝM OBSAHOM KALÓRIÍ

Naša ponuka obsahuje sýtené nealkoholické nápoje, balené vody a vody s príchut'ou, džúsy, ovocné šťavy, športové a energetické nápoje, nápoje na báze kávy a čaju (tzv. ľadové kávy a ľadové čaje). sa, aby naše produkty boli spotrebiteľom poruke vždy, keď dostanú chuť na nealkoholický nápoj, a aby sme vždy ponúkli nápoj a balenie, ktoré sa pre danú náladu a príležitosť hodí najlepšie.

V súvislosti s uvedením výrobkov Coca-Cola Zero a Nestea so stéviou zaznamenávame rastúci záujem a dopyt po výrobkoch s nízkym obsahom kalórií, objem ich predaja rástol v roku 2013 rýchlejšie v porovnaní s ostatnými nápojmi nášho portfólia.



NOVINKY V ROKU 2014

Aby sme ponúkali spotrebiteľom nápoje, ktoré zodpovedajú súčasnému aktívnemu životnému štýlu, neustále rozširujeme portfólio výrobkov a každý rok uvádzame na trh niekoľko novinek.

☉ **Fanta s príchuťou maliny a Fanta Shokata**

☉ **Nestea Cherry Blossom 1,5l**

☉ **Cappy pomaranč a jablko 100% v 0,2l sklenenej fľaške**

☉ **džúsy Cappy v 1l PET fľašiach**

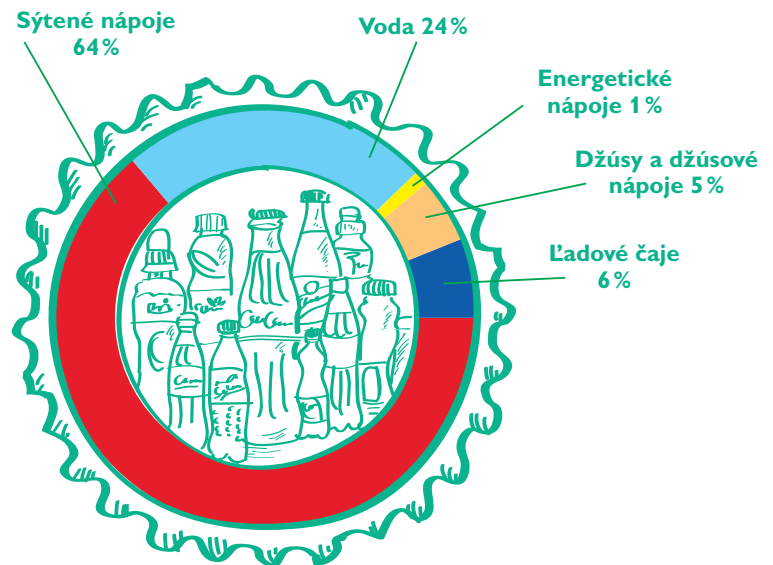
(pomaranč 100%, pomaranč nektár, hruška, čierne ríbezle, jahoda, jablko, ananás, multivitamín, grapefruit) a **0,33l** (pomaranč, jablko, jahoda, multivitamín)

☉ **Cappy Pulpy Tropical 1l**

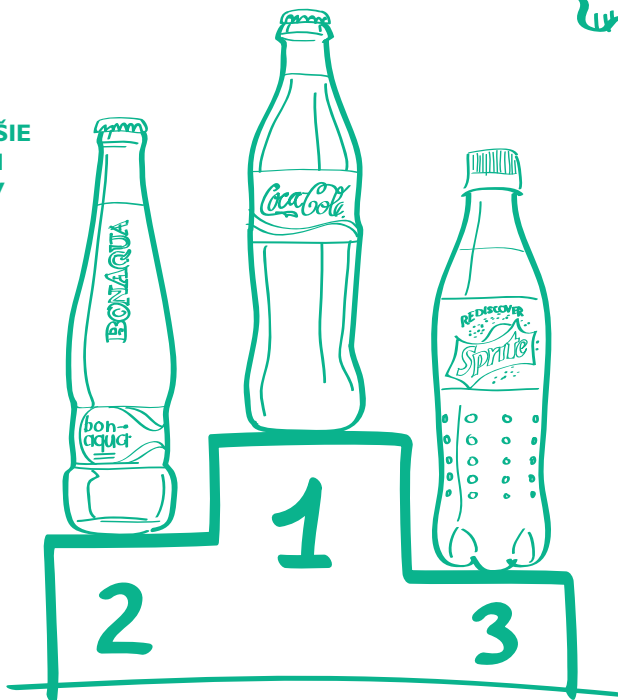
☉ **0,5l Burn Lemon Ice**

☉ **0,5l Monster Valentino Rossi**

PREDANÉ NÁPOJE Z PORTFÓLIA COCA-COLA HBC SR – PODIEL JEDNOTLIVÝCH KATEGÓRIÍ



NAJOBĽÚBENEJŠIE NÁPOJE NAŠICH SPOTREBITEĽOV



Rok 2014 Objem predaja (l)

Coca-Cola 48 656 196

Bonaqua 26 497 733

Sprite 7 384 739

Nestea a Cappy Ice Fruit so stéviou

V roku 2012 sme na slovenský trh uviedli prvý výrobok obsahujúci stéviu – ľadový čaj Nestea s obsahom cukru o 30% nižším, avšak s rovnako skvelou chuťou. Stévia je sladidlo získavané z rovnomennej juhoamerickkej rastliny.

Vďaka svojim chuťovým vlastnostiam a zníženému obsahu energie je preferovaným sladidlom používaným v mnohých nápojoch a potravinách. Pre dobré výsledky vo výskumoch ju schválil aj Americký úrad pre potraviny a lieky (FDA) a rada expertov na potravinové doplnky, ktorá pôsobí pod Organizáciou OSN pre výživu a poľnohospodárstvo. Od okamihu udelenia súhlasu Európskej komisie v roku 2011 je

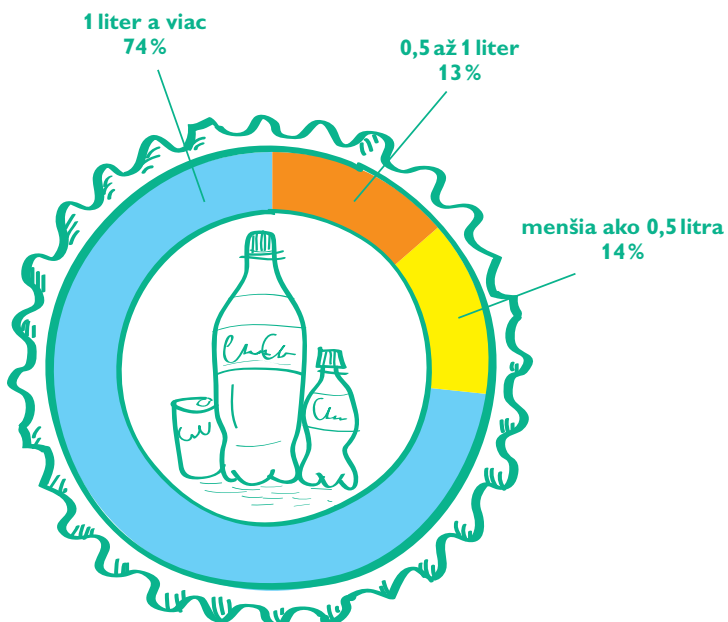
používanie stévie v nápojoch povolené aj v Európskej únii. V roku 2014 sme začali toto sladidlo používať vo všetkých ľadových čajoch Nestea a Cappy Ice Fruit.



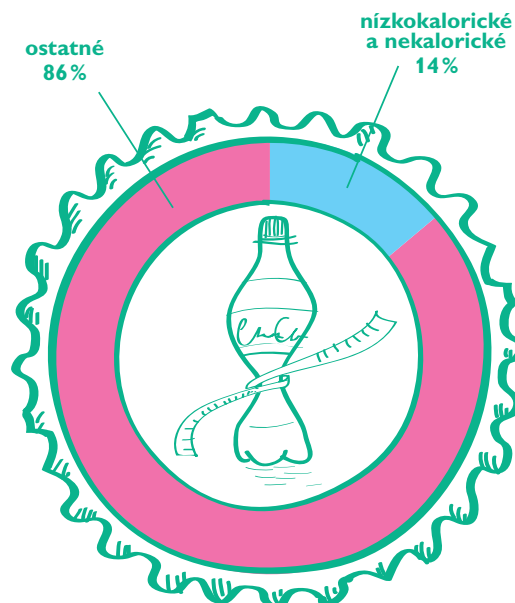
Veľkosť predávaných balení

Idúc v ústrety spotrebiteľom v súvislosti s ich aktívnym životným štýlom začíname ponúkať aj výrobky v menších objemoch. Všetky sýtené nealko nápoje preto ponúkame aj v malých baleniach, t. j. 200 ml a 330 ml sklenených fľašiach a 250 ml a 330 ml plechovkách. Menšie obaly sú alternatívou pre tých, ktorí si chcú pochutnať na kvalitných nápojoch, a pritom mať pod kontrolou svoj kalorický príjem.

VEĽKOSŤ BALENIA



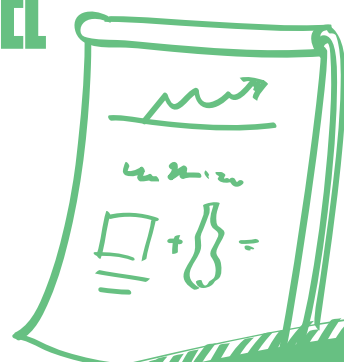
PODIEL PREDANÝCH NÁPOJOV S NÍZKOKALORICKÝMI A NEKALORICKÝMI SLADIDLAMI ZO VŠETKÝCH SÝTENÝCH NEALKO NÁPOJOV



jedná sa o údaje za Slovensko

4.1.b

INFORMOVANÝ SPOTREBITEĽ A ZODPOVEDNÝ MARKETING



Poskytujeme maximum informácií o ingredienciách a nutričnom obsahu našich nápojov.

Bezpečnosť a kvalita

Výrobný závod a sklady spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika sú certifikované podľa medzinárodne uznávaných systémov riadenia kvality (ISO 9001), nezávadnosti potravín (ISO 22000 a FSSC 22000), systémov na ochranu životného prostredia (ISO 14001) a zdravia & bezpečnosti zamestnancov (OHSAS 18001). Pravidelné audity týchto systémov sú v súlade s najprísnejšími normami a zároveň nás sprevádzajú na ceste neustáleho zlepšovania.

V našom výrobnom závode v Lúke máme moderné zariadenia a dobre vybavené laboratóriá, kde každý deň vykonávame testy s cieľom zistiť kvalitu našich výrobkov, prv než sa dostanú k spotrebiteľom. Striktne zabezpečujeme nezávadnosť potravín a používame výhradne ingrediencie schválené príslušnými vedeckými ustanovizňami. Naše výrobky neobsahujú žiadne geneticky modifikované zložky.

Nutričné značenie na etiketách

Naša spoločnosť sa v rámci spolupráce v európskej asociácii výrobcov nealko nápojov UNESDA* zaviazala poskytovať spotrebiteľom v európskych krajinách podrobnejšie informácie o zložení našich výrobkov. Tento proces bol v SR naštartovaný v roku 2007, keď sme doplnili informácie na etiketách všetkých našich nápojov.

Podľa nášho názoru si spotrebiteľia v Európe chcú mať stručné, prehľadné, a pritom vedecky podložené informácie o našich výrobkoch, aby si mohli zodpovedne vybrať výrobky zodpovedajúce ich životnému štýlu a požiadavkám na výživu. Spotrebiteľské prieskumy dokazujú, že ľudia chcú dostávať informácie v podobe prehľadné a dobre čitateľné. Sme presvedčení, že keď sa budeme ako jedna z hlavných európskych spoločností na trhu s potravinami a nápojmi správať zásadovo, pomôžeme spotrebiteľom lepšie pochopiť informácie, ktoré im poskytujeme.

Pevne veríme, že sa k nám pripoja aj ďalšie spoločnosti a budú spotrebiteľom poskytovať informácie v ich najlepšom záujme. Odporúčané denné množstvá označované skratkou GDA (Guideline Daily Amount),

sú informácie pre spotrebiteľov o množstve kalórií, tukov, nasýtených tukov, cukru a sodíka, ktoré sú doplnené o percentuálny údaj, koľko z odporúčanej dennej dávky spotrebiteľ konzumáciou napr. 250 ml výrobku prijme. Podľa nich sa dá ľahko určiť množstvo pre zdravú životosprávu za všeobecne prijatého predpokladu, že optimálna odporúčaná dávka pre zdravého človeka je zhruba 2000 kalórií denne.

* UNESDA: Union of European Beverages Associations (Konfederácia európskych asociácií výrobcov nealkoholických nápojov)



Zodpovedný marketing

Naša spoločnosť sa aj v Slovenskej republike hlási k zodpovednému marketingu a z titulu svojho členstva v európskej nápojovej asociácii UNESDA dodržiava nasledujúce dobrovoľné záväzky:

- ❶ v médiách nezverejňujeme žiadnu reklamnú komunikáciu zameranú na deti do 12 rokov;
- ❷ vystríhame sa priameho reklamného oslovenia detí, aby presvedčali rodičov o kúpe našich výrobkov.

Naša spoločnosť okrem toho presadzuje dobrovoľné záväzky asociácie UNESDA vyplývajúce z Európskej platformy aktivít v oblasti stravy, fyzických aktivít a zdravia*. Aby sme naplnili tieto záväzky, rozhodli sme sa, že od roku 2007 sýtené nealkoholické nápoje na slovenských základných školách a nahradíme iným portfóliom (balenými džúsmi, inými nápojmi v nízkokalorických verziách a pod.) v uzatvárateľných baleniach, ktoré umožňujú kontrolovať spotrebu.

* EU platform for action on diet, physical activity and health.

Ingrediencie v nealko nápojoch

Existujúci právny rámec predstavuje minimálnu povinnosť, ktorá je pre nás základom pri plnení prísnych noriem kvality našich výrobkov. Používame iba ingrediencie, ktoré spĺňajú prísne kvalitatívne normy a sú vedecky uznávané a overené ako bezpečné.

K ingredienciám obsiahnutým v našich nápojoch patria aj cukor, kofeín, prírodné arómy a nízkokalorické či bezkalorické sladidlá. V našich sýtených nápojoch použijeme kukuričný sirup s vysokým obsahom fruktózy (zmes 45 % glukózy a 55 % fruktózy) a repný cukor, ktorý obsahuje 50 % glukózy a 50 % fruktózy.

Bezkalorické sladidlá, napr. aspartam, pomáhajú spotrebiteľom kontrolovať príjem kalórií a udržať si tak optimálnu telesnú hmotnosť. Aspartam je jednou z najviac vedecky skúmaných ingrediencií a jeho neškodnosť bola dokázaná vo viac ako 200 štúdiách vykonaných za posledných 30 rokov. Najnovší výskum Európskeho úradu pre bezpečnosť potravín (EFSA) uskutočnený v decembri 2013 potvrdil, že

aspartam je úplne neškodná ingrediencia. Pri výrobe nápoja Coca-Cola používame aj karamelové farbivo (E150d) a kyselinu fosforečnú (E338). Karamel, ktorý dodáva nápoju špecifickú farbu, bol v roku 2011 schválený úradom EFSA ako neškodná ingrediencia.



4.1.c

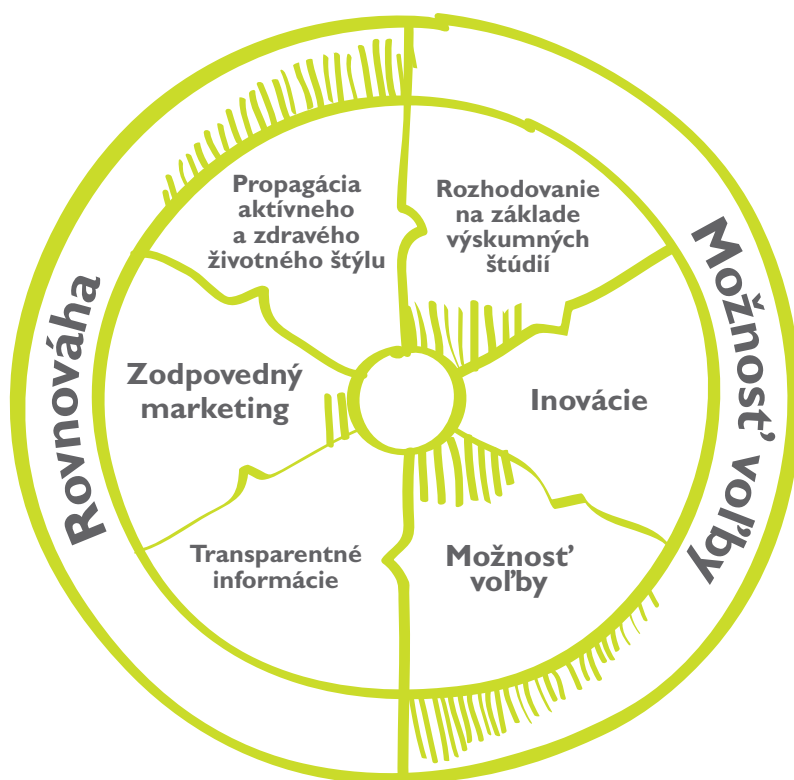
AKTÍVNY ŽIVOTNÝ ŠTÝL A ZDRAVIE



NÁŠ PRÍSTUP K ZDRAVÉMU ŽIVOTNÉMU ŠTÝLU

Zvýšenie telesnej hmotnosti je obvykle spôsobené nerovnováhou medzi prijatými a spaľenými kalóriami bez ohľadu na ich pôvod. Ako zodpovedná spoločnosť sme sa zaviazali informovať spotrebiteľov o množstve kalórií v našich produktoch. Kontrola hmotnosti znamená udržiavať rovnováhu medzi tým, čo jeme a vypijeme, a tým, čo náš organizmus spáli.

Naším cieľom je podporovať aktívny životný štýl – mnoho odborníkov potvrdzuje, že aktivita a pohyb sú pri znižovaní a udržovaní hmotnosti mimoriadne dôležité. Coca-Cola je už tradičným partnerom mnohých svetových športových podujatí – za všetky menujeme olympijské hry (od roku 1928) či dlhoročnú spoluprácu s FIFA (od roku 1978).



Coca-Cola Školský pohár

V tomto roku sa na Slovensku konal už ôsmy ročník futbalového turnaja Coca-Cola Cup. Šestnásť najlepších školských tímov (z celkového počtu 522 chlapčenských a 118 dievčenských tímov) tri dni bojovalo na ihrisku seneckého Národného tréningového centra. Celkovo viac ako 9 600 mladých futbalistov a futbalistiek súťažilo o postup do ČESKO-SLOVENSKEHO SUPERFINÁLE, kde potom bojovali s najlepšimi českými tímami. Dlhoročným partnerom projektu je Slovenský futbalový zväz (SFZ) a projekt podporilo aj Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR.

Coca-Cola Školský pohár je futbalový turnaj organizovaný na území Slovenskej republiky, určený pre žiakov a žiačky druhého stupňa základných škôl a nižších ročníkov gymnázií s osemročným vzdelávacím programom. Tímy sa stretávajú najprv v kvalifikačnom miestnom predkole, odkiaľ môžu postúpiť do prvého obvodného, druhého regionálneho až do tretieho krajského kola. Osem najlepších chlapčenských a osem najlepších dievčenských tímov nakoniec bojuje o konečné poradie na finálovom turnaji. Všetky zápasy sa hrajú podľa oficiálnych pravidiel futbalu FIFA, súťažného poriadku

a ostatných platných predpisov SFZ. Od druhého kola zápasy rozhodujú licencovaní rozhodcovia SFZ, ktorých deleguje organizátor turnaja.

Cieľom projektu organizovaného spoločnosťou Coca-Cola je umožniť mládeži aktívne tráviť voľný čas, dbať na zdravý životný štýl, ku ktorému patrí aj správny pitný režim, rozvoj pozitívnych emócií a zmysel pre fair play.



Po dramatických semifinálových a finálových zápasoch do ČESKO-SLOVENSKEHO SUPERFINÁLE postúpili chlapčenské tímy zo ZŠ s MŠ K. Mahra Trnava a ZŠ Klačno Ružomberok a za dievčatá reprezentovali Slovensko žiačky ZŠ Gorkého Trebišov a hráčky ZŠ s MŠ Štiavnik.

Najlepším strelcom turnaja sa stal Rastislav Kružliak zo ZŠ Klačno Ružomberok, autor 6 gólov. Najlepšou strelkyňou sa stala Andrea Bogorová z Vrbového s rovnakým počtom presných zásahov.

Nakoniec v Česko-Slovenskom superfinále v Kroměříži obsadili slovenskí chlapci a slovenské dievčatá druhé a tretie miesta. Medzi chlapcami dominovali žiaci zo ZŠ Příbram, Březovej Hory a v kategórii dievčat si titul pripísali hráčky zo ZŠ a MŠ Pardubice-Ohrozenice. Na druhých miestach skončili medzi chlapcami žiaci ZŠ Klačno a medzi dievčatami ZŠ a MŠ Štiavnik, tretie priečky obsadili hráči zo ZŠ Kornela Mahra v Trnave a futbalistky zo ZŠ Gorkého v Trebišove.

Oba víťazné tímy odcestovali do Ríma na trojdňové futbalové stretnutie, kde si mohli zatrénovať pod vedením brazílskych trénerov.



4.2. „MY“



Cieľom našej práce je okrem iného zlepšovať kvalitu života komunit, v ktorých pôsobíme. Sme preto pripravení im pomôcť, kedykoľvek to potrebujú. Dôvera verejnosti je jedným z hlavných zásad našej podnikateľskej stratégie.

STRATEGICKÉ OBLASTI S VÝZNAMNÝM DOSAHO

A) Podpora mladých ľudí

Spolupracujeme s rôznymi organizáciami s cieľom podporovať rozvoj mladých ľudí a pripraviť ich na vhodnú pracovnú sebarealizáciu.

B) Spolupráca s miestnymi komunitami a neziskovými organizáciami

Podporujeme aj iniciatívy a partnerstvá, ktoré sú dôležité pre miestne komunity; načúvame komunitám, v ktorých pôsobíme, zohľadňujeme ich názory a potreby pri našom podnikaní.

C) Pomoc pri katastrofách

Dostupnosť čistej pitnej vody je pri katastrofách životne dôležitá. Ľuďom postihnutým rôznymi druhmi katastrof preto účinne pomáhame pri zabezpečení dodávok vody v spolupráci so samosprávami alebo NGOs.

D) Zákazníci

Chceme byť partnermi našich zákazníkov a pomáhať im tak v ich podnikaní.

E) Naši zamestnanci

Úspech podnikania spoločnosti Coca-Cola HBC SR závisí od zamestnancov a ich motivácie a angažovanosti pri plnení pracovných úloh.



4.2.a

PODPORA MLADÝCH ĽUDÍ



Detské domovy

V roku 2001 spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika rozbehla projekt na podporu detských domovov rodinného typu. Na základe spolupráce s nadáciou „Usmev ako dar“ si naša spoločnosť vybrala patronát nad detským domovom Harmónia v Modre. Chceme, aby si deti mohli vďaka našej podpore dovoliť to, čo si bežne môžu dovoliť ich rovesníci v škole. Inými slovami, nechceme prispievať na opravu strechy telocvične v domove, ale napríklad na využitie voľného času detí v domovoch. Detskému domovu tak pomáhame pri organizovaní akcií, prispievame na výlety detí, napr. na letné tábory, mnohé z detí prvýkrát v živote videli more. V roku 2014 sme detský domov podporili sumou takmer 11 500 €. Za obdobie celej našej spolupráce sme detský domov podporili sumou viac ako 100 000 €.



Pravidelne zabezpečujeme pitný režim na akciách tejto nadácie, či už ide o „Najmilší koncert roka“, alebo najstarší vianočný benefičný koncert „Usmev ako dar“. Nadáciu „Usmev ako dar“ sme taktiež podporili sumou 5 500 €, a to prostredníctvom 2% z daní.

Naša spoločnosť už niekoľko rokov spolupracuje aj s Nadáciou LÚČ zo Žiliny, ktorá organizuje festival Dni nádeje. Na 20. ročníku sa zúčastnilo takmer 7000 detí. Ide o najväčší protidrogový festival na Slovensku, ktorý pomohol znížiť počet narkomanov a zlepšil informovanosť mládeže, pedagógov i rodičov o prevencii. Súčasťou festivalu sú aj športové aktivity ako plavecký maratón nádeje, beh nádeje a turistický pochod nádeje. Neodmysliteľnou súčasťou je osvetová a preventívna činnosť ako besedy s odborníkmi a zaujímavými ľuďmi a nesmieme zabudnúť na kultúrnu časť – detské akadémie s vyhodnotením jednotlivých súťaží, či už výtvarných, literárnych alebo športových.

Prehliadka výrobného závodu v Lúke

Už niekoľko rokov usporadúvame pre žiakov a študentov základných, stredných a vysokých škôl exkurzie v našom výrobnom závode. Ich cieľom je oboznámiť návštevníkov nielen s históriou samotného nápoja a výrobnjej spoločnosti, ale predovšetkým s našou každodennou praxou a úspechmi, ktoré sme na slovenskom trhu dosiahli.

Každjej skupine ponúkame rovnaký program, ktorý sa skladá z prehliadky výrobného závodu, z prednášky o histórii firmy, ale napríklad aj z informácií o tom, ako v Slovenskej republike riadime distribúciu, ako sa staráme o zákazníkov a podobne. Ak niektoré triedy prejavia záujem o podrobnejší výklad, napr. v oblasti marketingu alebo predaja, sme schopní takúto exkurziu po dohode „ušiť“ priamo na mieru podľa potrieb študentov.

V roku 2014 náš závod navštívilo 113 škôl z celého Slovenska a našimi bránami prešlo takmer 4000 žiakov.



4.2.b

SPOLUPRÁCA S MIESTNYMI KOMUNITAMI A NEZISKOVÝMI ORGANIZÁCIAMI



Spolupracujeme s mnohými neziskovými organizáciami z celej Slovenskej republiky. Patrí k nim napr. nezisková organizácia Slniečko, ktorá sa zaoberá poskytovaním všeobecne prospešných služieb s komplexným riešením problematiky týraných a zneužívaných detí a obetí rodovo podmieneného násillia – matiek s deťmi a žien, nezisková organizácia Združenia sclerosis multiplex Nádej, neziskové združenie nevidiacich Ambrelo, Nadácia na výskum rakoviny, Zober loptu, nie drogy a mnohé ďalšie. Za rok 2014 sme medzi ne prerozdělili sumu viac ako 16.000 €.

Spolupráca s miestnymi samosprávami

Coca-Cola HBC Slovenská republika úzko spolupracuje s miestnymi samosprávami, či už v mieste sídla spoločnosti v Bratislave alebo v mieste, kde sa nachádza náš výrobný závod v obci Lúka. V mieste sídla spoločnosti spolupracujeme so samosprávou mestskej časti Bratislava-Vajnory, napr. minulý rok sme finančne podporili už 11. ročník



kultúrno-spoločenského podujatia „Dožinky 2014“. Vajnorské dožinky patria k vyhľadávaným akciám a majú už svoje pravidelné miesto v kalendári podujatí nielen Bratislavy, ale celého regiónu. Cieľom podujatia je okrem ľudovej zábavy

predovšetkým prezentácia vajnorských ľudových zvykov, krojov, piesní, tancov, tradičných jedál a remesiel. Ďalej môžeme spomenúť napr. letné slávnosti obce Beckov, Medzinárodný deň detí v Lúke, Modrovke, Hrádku, Hôrke atď.

Vianočný kamión

Každý december od roku 2000 sa môžete sa v slovenských a českých mestách stretnúť s Coca-Cola vianočným kamiónom. Cieľom tejto akcie je priviezť do miest vianočnú atmosféru a potešiť množstvom darčiekov potešiť nielen deti.

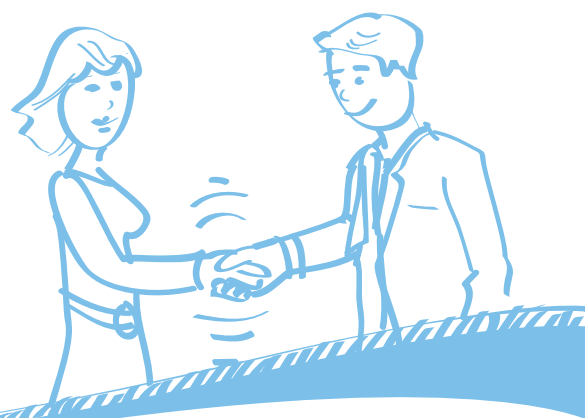
Túto akciu vždy pripravujeme v spolupráci so samosprávami miest, ktoré vianočný kamión navštívi. Ak nejaké mesto chce obohatiť predvianočný program pre svojich občanov o návštevu vianočného kamióna, stačí mu len zabezpečiť vhodné miesto, o ostatné sa postará naša spoločnosť.

Vianočná trasa na Slovensku odštartovala 5. 12. v Stropkove a potom bolo možné kamión stretnúť v ďalších mestách, Trebišove, Levoči, Brezne, Martine, Čadci, Považskej Bystrici, Topolčanoch, Partizánskom, Lučenci, Leviciach, Veľkom Mederi a 19. 12. sme túto výnimočnú udalosť ukončili v Senci.

Celý výtazok z predaja na týchto akciách sme darovali vždy konkrétnemu mestu, v ktorom sa akcia konala.



4.2.c KOMUNIKÁCIA SO ZÁKAZNÍKMI



Práca obchodného zástupcu

Snaha nájsť optimálny spôsob zákazníckeho servisu sa odráža aj v spôsobe komunikácie so zákazníkom. O každého zákazníka sa stará konkrétny kvalifikovaný obchodný zástupca, ktorý ho navštevuje v pravidelných intervaloch, ktoré nie sú dlhšie ako jeden mesiac. Pri svojich pravidelných

návštevách plní obchodný zástupca spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika najmä úlohu odborného poradcu, ktorý je schopný poradiť, aký sortiment a v akom balení je pre danú prevádzku z hľadiska zákazníka i spotrebiteľa optimálny, navrhne a dodá vhodné materiály na podporu predaja, zaistí vhodné predajné zariadenie a zákazníka zoznámi s tým, ako najlepšie usporiadať v zariadení náš tovar s ohľadom na jeho predajnosť, navrhne a zaistí optimálnu objednávku, vybaví všetku potrebnú administratívu na zaistenie dodávok, skontroluje dátum spotreby produktov na prevádzke, funkčnosť a čistotu predajného zariadenia a ďalších materiálov na podporu predaja, vybaví

prípadné reklamácie, zákazníka zoznámi s novinkami, špeciálnymi ponukami s promočnými akciami pre zákazníkov a spotrebiteľov.

Stredisko služieb zákazníkov

Pracovníci telefonického centra služieb spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika prijímajú od zákazníkov objednávky, informujú ich o novinkách, prijímajú a odovzdávajú servisnému oddeleniu hlásenia o poruchách

našich zariadení, pýtajú sa zákazníkov na ich spokojnosť s poskytovaným servisom a tieto informácie okamžite vyhodnocujú. Telefonické centrum služieb zaisťuje aj Infolinku, ktorej číslo je na etiketách všetkých našich produktov a na ktorej môžu volajúci dostať informácie o produktoch, ich zložení, o spotrebiteľských súťažiach a o čomkoľvek ďalšom, čo ich zaujíma a čo má súvislosť so spoločnosťou Coca-Cola HBC Slovenská republika.

Na zlepšenie našich služieb sme zaviedli tzv. SPOC (Single Point of Control). Cieľom je zjednodušiť komunikáciu v prípade riešenia problémov – každý telefonický operátor je zodpovedný za prijatý hovor od začiatku až do konca, čím sa nemyslí položenie telefónu, ale vyriešenie požiadavky volajúceho pomocou špeciálne pripravenej databázy.

Obsluhuje celú SR aj ČR, teda viac ako 70 000 zákazníkov, prijme viac ako 350 000 telefonátov, a za rok realizuje viac ako 1 000 000 hovorov.



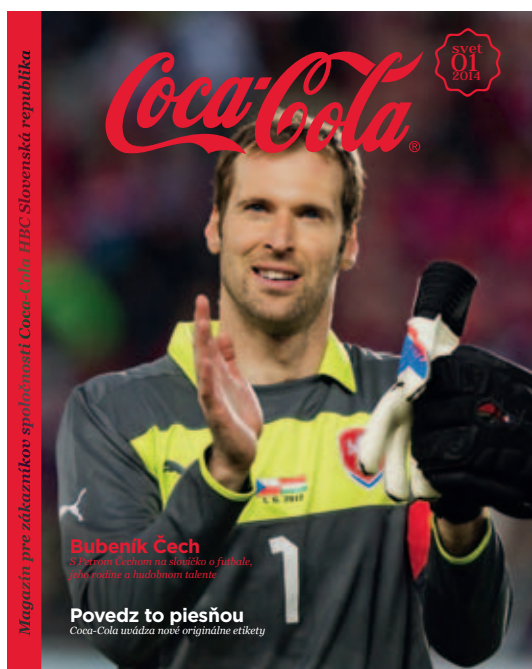
Časopis pre zákazníkov

Spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika už štyri roky vydáva časopis „Coca-Cola svet“, ktorý je určený pre zákazníkov spoločnosti a ktorý si kladie za cieľ prinášať užitočné informácie pre každý deň, ako aj všeobecné informácie zo sveta nápojov, obchodu a zaujímavosti zo sveta Coca-Coly.

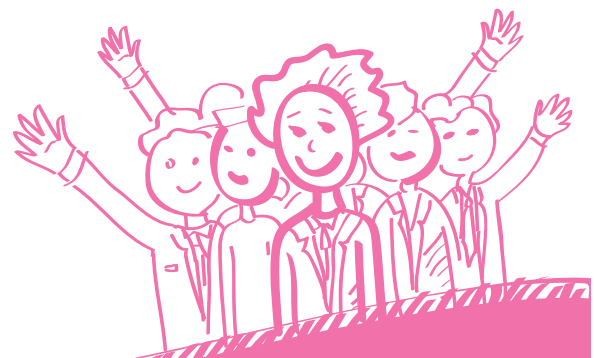
E-shop

Coca-Cola HBC Slovenská republika ponúka svojim zákazníkom ako prvá na trhu nealkoholických nápojov možnosť objednávať si tovar cez internet. E-shop

je tak praktickým pomocníkom najmä pre hotely, reštaurácie, kaviarne, čerpacie stanice, trafiky a malé obchody s potravinami. Tento on-line objednávkový systém funguje 24 hodín sedem dní v týždni. Zákazníci si môžu vybrať z celého sortimentu nápojov spoločnosti Coca-Cola HBC. Zároveň majú prehľad aj o realizovaných i nových objednávkach, zaplatených i neuhradených faktúrach, dátumoch ich splatnosti a prebiehajúcich akciových ponukách.



4.2.d NAŠI ZAMESTNANCI



Obchodný úspech spoločnosti Coca-Cola HBC SR závisí predovšetkým od zamestnancov. Starostlivosť o našich ľudí je preto jednou z našich základných hodnôt. Učenie je ďalšou hodnotou spoločnosti, preto motivujeme našich ľudí rozvíjať ich potenciál tak, aby mohli dosiahnuť svoje kariérne ciele. Coca-Cola HBC SR si kladie za cieľ získať, rozvíjať a udržať talenty, ktoré budú viesť naše podnikanie v najbližšej budúcnosti.

Riadime sa týmito zásadnými princípmi a pravidlami:

- 😊 vďaka otvorenej komunikácii vytvárame silný vzťah s našimi zamestnancami,
- 😊 k zamestnancom sa správame čestne, s úctou a rešpektom,

😊 už na základe pohlavia, pôvodu, náboženského alebo politického presvedčenia, veku alebo sexuálnej orientácie,

😊 riadime sa zákonmi platnými v Slovenskej republike,

😊 podnecujeme sa k čo najlepšiemu výkonu,

😊 odmeňujeme zamestnancov na základe ich výkonu,

😊 zamestnancom ponúkame príležitosť pre ich profesionálny i osobný rast,

😊 zaisťujeme bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci.



Postup pri zamestnávaní

V našej spoločnosti podporujeme princíp rovných príležitostí. Zamestnancov vyberáme bez ohľadu na rasu, farbu pleti, náboženské vyznanie, pohlavie, sexuálnu orientáciu, štátnu príslušnosť, národnosť, telesné postihnutie či invaliditu. Tam, kde to charakter práce umožňuje, ponúkame našim zamestnancom prácu na skrátený pracovný úväzok, prácu na doma alebo flexibilnú pracovnú dobu. Na väčšinu voľných pozícií sa vypisuje interné výberové konanie a každý zamestnanec má možnosť sa doň nich prihlásiť.



Veríme, že rozvoj a sebazvedelávanie sú dôležité pre každého zamestnanca, pretože pomáhajú zvyšovať motiváciu a tak zlepšovať výkon. Naším cieľom pri rozvoji je dodržiavať pravidlo 70–20–10.

Na každý zamestnanec by mal mať priestor pre rozvíjanie svojich schopností a vedomostí, hlavne pri každodennej práci (70 % rozvoja), a to vďaka zbieraniu skúseností pri riešení zaujímavých a náročných úloh alebo na základe účasti na projektoch. Intenzívne budujeme koučingovú kultúru, preto môžu zamestnanci pri svojom rozvoji využívať interného alebo externého kouča (20 % rozvoja). Cieľom koučovania je pomôcť pri dosahovaní pracovných cieľov. Väčšinou sú tieto sedenia zamerané na budovanie sebavedomia, posilnenie motivácie alebo zlepšovanie zručností (napr. riadenie času, komunikáciu, budovanie medziľudských vzťahov a rozvoj tímov).

Zamestnanci sa môžu rozvíjať aj pomocou tréningov (10 % rozvoja). Poskytujeme tréningy zamerané na „mäkké“ i „tvrdé“ zručnosti (napr. prezentačné alebo komunikačné) a „tvrdé“ (napr. zdokonaľovanie sa v práci s PC alebo technické školenia). Naši zamestnanci majú k dispozícii e-learningo-

vé riešenia v rámci tréningovej aplikácie, ktorá im umožňuje absolvovať povinné a pravidelne sa opakujúce tréningy (napr. BOZP školenie) samoštúdiom na pracovisku. Každý novo nastupujúci zamestnanec prechádza vstupným školením, na ktorom sa dozvie všetky dôležité informácie o fungovaní spoločnosti a jednotlivých oddelení.

Odmeňovanie

Odmeňovanie zamestnancov spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika je založené na tzv. celkovej odmene. Celková odmena sa skladá z fixnej mzdy (základnej zložky platu), variabilnej zložky (túto časť odmeny môžu zamestnanci ovplyvniť svojím pracovným výkonom) a nefinančných benefitov. Za jeden z hlavných benefitov považujeme príležitosť na vzdelávanie a rozvoj.

Okrem štandardných benefitov, napríklad príspevku na stravovanie, príspevku zo sociálneho fondu, príspevku na dôchodkové pripoistenie, fasovania nápojov, nákupu predmetov s logom Coca-Cola, výhodného telefonovania v rámci programu BenefitCall, majú naši zamestnanci

možnosť zapojiť sa do programu nákupu zamestnaneckých akcií a priamo sa tak podieľať na výsledkoch celej spoločnosti.

Ďalej je pre našich zamestnancov pripravené množstvo ďalších zliav, napr. na rekreačné a wellness pobyty. Pre zamestnancov, ktorí pracujú pre našu spoločnosť 5, 10, 15 alebo 20 rokov, pravidelne pripravujeme slávnostný večer spojený s poďakovaním a odovzdaním odmiern.

Interná komunikácia

Komunikácia v spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika je otvorená a bezbariérová.

Hlavnými komunikačnými nástrojmi sú:

zamestnanecký časopis Kompas/Coctail, ktorý vychádza štyrikrát ročne a v ktorom sa možno dočítať o novinkách vo firme, o zaujímavých projektoch alebo ľuďoch, o úspechoch obchodných zástupcov na trhu atď. Magazín vzniká predovšetkým vďaka desiatkam prispievateľov z radov zamestnancov, ktorí sami píšu články o dôležitých a aktuálnych udalostiach v ich oddeleniach;

intranet, ktorý funguje ako informačný portál. Zamestnanci tu nájdu odkazy na tréningovú aplikáciu či na obchodné reporty, ďalej telefónny zoznam, všetky oznámenia o personálnych zmenách a interných konkurzoch na voľné pracovné pozície, multimediálnu knižnicu a mnoho ďalších užitočných a zaujímavých aplikácií a informácií;



nástenky, na ktorých si zamestnanci aj bez prístupu k počítačom môžu prečítať interné oznámenia, informácie o konkurzoch alebo pozvánky na rôzne firemné akcie;

informačný kiosk umiestnený v Lúke, na ktorom si zamestnanci bez pracovného počítača môžu objednávať nápoje v rámci firemného fasovania alebo tu majú prístup na intranet či internet;

televízie umiestnené po areáli v Lúke a Bratislave, ktoré informujú o novinách či projektoch prebiehajúcich nielen v Českej a Slovenskej republike, ale aj v iných krajinách našej operačnej jednotky.

Rada zamestnancov

Rada zamestnancov v spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika reprezentuje zamestnancov a zaisťuje komunikáciu medzi nimi a vedením spoločnosti. Členov rady volia zamestnanci v tajnej voľbe raz za päť rokov. Rada funguje v Slovenskej republike od roku 2003, má 8 členov a je súčasťou Európskej rady zamestnancov spoločnosti Coca-Cola Hellenic, v ktorej má svojich zástupcov.



Program „Coke Ambassador“ – každý z nás je veľvyslancom značky Coca-Cola

Ambadorský program stavíme na dobrovoľnom princípe sponzorovanom členmi jednotlivých tímov a na štyroch pilieroch:



Engage – budovanie kladného vzťahu zamestnancov k produktom a značkám

Educate – vzdelávanie zamestnancov, ako propagovať jednotlivé kategórie a značky

Live – rozvoj spokojného života zamestnancov

Move – podpora zdravého životného štýlu a športových aktivít

Ambadorský program prebieha v niekoľkých fázach – od špeciálneho vydania interných novín, brožúry pre komunity cez spustenie interného facebookového profilu na zdieľanie športových zážitkov zamestnancov až po grantový program, ktorý je určený na podporu aktivít našich zamestnancov v miestnych komunitách. Na jar sa konal aj Coke Ambassador Day – najväčšia akcia roka pre zamestnancov. Dňa plného aktivít, ktoré súvisia s našou značkou, sa zúčastnilo 700 zamestnancov, ich rodinných príslušníkov a priateľov.

Pravidelné prieskumy spokojnosti zamestnancov

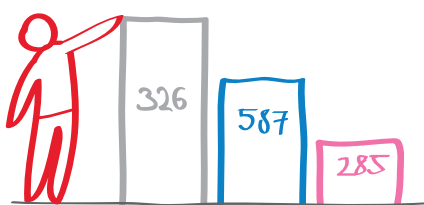
V roku 2014 prebehol prieskum spokojnosti zamestnancov, tentoraz však v novej podobe. Nová bola napr. štruktúra otázok, spôsob hodnotenia aj samotná metodika vyhodnotenia. S výrazným zapojením celej manažérskej obce a za účasti všetkých zamestnancov prebehlo mnoho aktivít a programov na podporu motivácie. Vďaka týmto aktivitám môžeme považovať výsledky prieskumu v oblasti ambadorsstva, firemnej zodpovednosti a trvalo udržateľného rozvoja i hodnotenia priameho nadriadeného, za veľmi pozitívne. Aj v tomto roku plánujeme celý rad akcií, ktoré budú reflektovať výsledky prieskumu a budú tak naďalej podporovať zamestnancov v ich motivácii a angažovanosti vo vykonávaní pracovných úloh.

Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci

Vytváranie bezpečného a príjemného pracovného prostredia je jednou zo základných hodnôt spoločnosti Coca-Cola HBC SR. Bezpečnosť zamestnancov a dodávateľov je neoddeliteľnou súčasťou úspešného riadenia spoločnosti. Vysoké štandardy bezpečnosti práce si nechávame každoročne potvrdiť externým auditom systému riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci – OHSAS 18001.

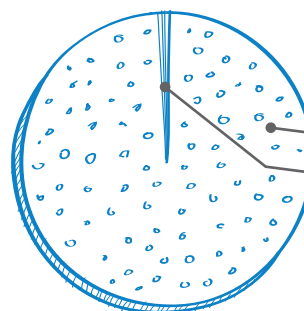
V rámci systému riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci každý mesiac vyhodnocujeme riziká na pracoviskách a prijímame opatrenia na ich odstránenie, zabezpečujeme zamestnancom vhodné osobné ochranné pracovné pomôcky pre ich pracovnú činnosť, vyšetrujeme príčiny a okolnosti vzniku pracovného úrazu a prijímame opatrenia na zabránenie ich opakovania. Spoločnosť Coca-Cola HBC SR zaviedla tri systémy na predchádzanie pracovným úrazom.

HR ukazovatele



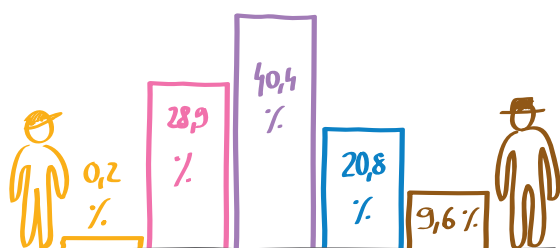
Počet zamestnancov

	z toho mužov:	247
	z toho žien:	79



Podiel zamestnancov na Slovensku podľa národnosti

slovenská	99%
česká	1%



Vek k 31. 12. 2014

	do 20 rokov: 0	0%
	do 30 rokov: 57	19,0%
	do 40 rokov: 130	43,3%
	do 50 rokov: 84	28,0%
	51 a viac rokov: 29	9,6%



Pracovníci a špecialisti

	muži:	198
	ženy:	62



Vedúci pracovníci**

	muži:	50
	ženy:	16

Absencie (dni): 1 635



Podiel v manažmente*

	ženy:	16,45%
--	-------	--------



* iba manažéri

** s líniovými manažérmi

Alert Driving je e-learningové školenie, ktorého cieľom je zlepšiť vodičské schopnosti zamestnancov a naučiť ich lepšie vnímať riziká pri riadení motorových vozidiel. Zamestnanec najprv prechádza procesom, ktorý sa nazýva Hodnotenie vnímania rizík. Ide o simuláciu šoférovania pri reálnych podmienkach.



V závislosti od zistených slabín sa potom prideli skupina modulov s cieľom zlepšiť vodičove zručnosti v konkrétnych oblastiach. Skupina Coca-Cola Hellenic kladie veľký dôraz na zaistenie bezpečnosti svojich zamestnancov a osobitnú pozornosť pritom venuje riadeniu motorových vozidiel, preto sa rozhodla tento program uviesť ako povinný pre všetkých zamestnancov, ktorí sú aktívnymi účastníkmi cestnej premávky.

V roku 2014 prešlo týmto školením 117 účastníkov ČR/SR a tento program bude samozrejme pokračovať aj v ďalších rokoch.

Zaviedli sme aj **Systém Walk The Talk**, keď manažéri každý týždeň navštívia pracovisko a zamestnancov sa pýtajú na bezpečnosť práce, zisťujú prípadné riziká na pracovisku a činnosti, pri ktorých by mohlo dôjsť k zraneniu. Zistené závady sa priebežne odstraňujú.

V rámci systému riešenia skoronehôd majú zamestnanci možnosť **nahlasovať závady na pracovisku**, ktoré by mohli spôsobiť zranenie. Tieto závady sa zapisujú do databázy a priebežne odstraňujú. Každý mesiac je vyhlásený a odmenený zamestnanec,

ktorý zadal najlepší návrh na zlepšenie bezpečnosti práce alebo odstránenie rizika.

V priebehu celého roku 2014...

- ☺ sme obhájili certifikáciu OHSAS* 18001 v zmysle požiadaviek OHSAS normy 18001:2007
- ☺ sme na zvýšenie protipožiarnej ochrany výrobného závodu a ochranu zdravia zamestnancov v Lúke dokončili inštaláciu stabilného hasiaceho zariadenia SHZ v rámci výrobnjej a skladovacej časti, a zabezpečili plnú funkčnosť tohto zariadenia
- ☺ v mesiaci november sme realizovali kampaň BOZP zameranú na požiarnu ochranu nielen vo výrobnom závode, ale aj v domácnostiach (v rámci ukončenia kampane bola vyhlásená súťaž BOZP pre zamestnancov výrobného závodu)
- ☺ sme vyriešili 20 podnetov zameraných na bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci a ochranu životného prostredia, ktoré podali naši zamestnanci
- ☺ na zlepšenie pracovného prostredia sme na miestach, kde sa používajú chemické látky, nainštalovali dve bezpečnostné sprchy, opravili regále v sklade vstupných surovín, obnovili povrch nakladacej rampy, na zníženie rizika havárie sme zvýšili množstvo havarijných súprav, inštalovali niekoľko nových zvislých zdvižných brán pre lepšiu manipuláciu s technikou
- ☺ pre bezpečný vstup a prácu v uzatvorených priestoroch sme zakúpili

modernejší detektor plynov a pre prípad náhlej srdcovej nevoľnosti sme zakúpili defibrilátor, ktorý je k dispozícii v prípade mimoriadnej situácie

V rámci programu ochrany zdravia...

- ☺ sme pre zamestnancov pripravili 2x Deň zdravia zameraný na prevenciu srdcovocievnych ochorení
- ☺ sme kúpili vitamínové balíčky pre výrobných a skladových zamestnancov
- ☺ sme pripravili bezplatné školenie o prvej pomoci pre zamestnancov, ktorí majú za úlohu poskytnúť prvú pomoc v prípade mimoriadnej situácie

* OHSAS je skratka pre *Occupational Health and Safety Assessment Series*, čo je systém riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci. Ten stanovuje požiadavky na systém riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci, prostredníctvom ktorého môže firma riadiť riziká v rámci bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci a zlepšiť svoju výkonnosť v oblasti bezpečnosti práce. Spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika získala tento certifikát v júni 2006.

Bezpečnosť práce v roku 2014

počet smrteľných úrazov	0
počet vážnych pracovných úrazov	0
počet úrazov s prac. nesch. viac ako 3 dni	0
počet nahlásených skoronehôd	139
počet odstránených skoronehôd	115

4.3. „SVET“



Stratégia firmy Coca-Cola HBC Slovenská republika je v súlade so strategickými prioritami spoločnosti Coca-Cola HBC Group. Naše úsilie smerujeme do niekoľkých oblastí dôležitých pre naše podnikanie: ochrana vodných zdrojov, energia a klíma, obaly a recyklácia.

STRATEGICKÉ OBLASTI S VÝZNAMNÝM DOSAHOM:

A) Ochrana vodných zdrojov

Voda má pre firmu Coca-Cola HBC Slovenská republika zásadnú dôležitosť, pretože je základnou ingredienciou našich výrobkov. Tento mimoriadne cenný prírodný zdroj využívame veľmi zodpovedne.

B) Energia a klíma

Prijímame rôzne opatrenia v rámci riadenia rizík súvisiacich so zmenami klímy. Zameriavame sa na efektívne využívanie energie, prechod na čistejšie zdroje energie, znižovanie emisií v celom životnom cykle výrobku, vytváranie povedomia o energetickej účinnosti a aktivít s tým súvisiacich a adaptáciu na zmenu klímy.

C) Obaly a recyklácia

Obaly sú pre nás mimoriadne dôležité, pretože spotrebiteľom chceme poskytovať špičkové výrobky dostatočne chránené pred kontamináciou. Pretože obaly významne ovplyvňujú životné prostredie, prijímame príslušné opatrenia v každej fáze ich životného cyklu – od výroby až po likvidáciu.

Náš systém ochrany životného prostredia vyžaduje zapojenie zamestnancov na všetkých úrovniach. Dodržiavame nielen všetky zákonom uložené predpisy, procesy či limity, ale mnohé z činností, na ktoré klademe dôraz, sú podložené omnoho prísnejšími predpismi, ktoré sme sa zaviazali dodržiavať v rámci tzv. Coca-Cola systému kvality (The Coca-Cola Quality System, TCCQS).

Spoločnosť Coca-Cola HBC je certifikovaná podľa noriem ISO 9001 a ISO 14001, má zavedený systém HACCP. Norma ISO 14001, týkajúca sa environmentálneho manažmentu, stanovuje operačné postupy a procesy, ktoré každá certifikovaná spoločnosť musí dodržiavať. Dodržiavanie všetkých týchto noriem pravidelne kontrolujú nezávislé auditorské spoločnosti.

Coca-Cola HBC Slovenská republika sa zaviazala, že pri svojom podnikaní bude zodpovedne pristupovať k životnému prostrediu. To znamená, že sme odhodlaní zaviesť spoľahlivé opatrenia a účinné systémy riadenia, prostredníctvom ktorých budeme sledovať a poskytovať informácie o našom podnikaní a jeho pôsobení na životné prostredie. Budeme konať zodpovedne tak, aby sme spĺňali vysoké environmentálne štandardy a minimalizovali všetky negatívne vplyvy na danú lokalitu a súčasne napĺňali očakávania zákazníkov a spotrebiteľov, ktoré sa týkajú kvality a bezpečnosti našich výrobkov a pracovného prostredia.

Sme presvedčení, že dôležitú úlohu pri dosahovaní environmentálnych cieľov zohrávajú naši zamestnanci a všetky osoby spojené so spoločnosťou. Preto sa snažíme našim zamestnancom poskytnúť potrebné školenia a podporu tak, aby v plnej miere prijali tento záväzok a podieľali sa na trvalom zlepšovaní environmentálnych štandardov.

4.3.a

OCHRANA VODNÝCH ZDROJOV



Voda je základnou zložkou našich produktov a záleží nám na jej šetrnom využívaní. Neustále sa nám darí znižovať množstvo vody použitej na výrobu jedného litra nápoja a naším cieľom v dlhodobej perspektíve je toto množstvo ďalej znižovať.

Od roku 2008 do roku 2014 klesol pomer spotreby vody na 1 liter vyrobeného nápoja o viac ako 34% vďaka zavedeniu nových technologických postupov, ktoré umožňujú recykláciu vody. Napr. vodu použitú na oplachovanie dopravníkov používame na umývanie vrátených prepraviek, z trhu, poslednú vodu z vyplachovania pieskových filtrov vo vodárni zhromažďujeme na prvé prepláchnutie pri ďalšej regenerácii a pod.

A ďalej testujeme nové úsporné technológie, ktoré výrazne ovplyvňujú spotrebu vody a sú účinnejšie ako štandardné metódy. Tieto používame v našom výrobnom závode v Lúke:

na dopravníkoch niektorých výrobných liniek používame suché mazanie, nie je teda nutné používať vodu,

- použitú vodu recyklujeme, t. j. používame na ďalšiu operáciu, napr. na sanitárne účely,
- karbónové a polish filtre sme oddelili z dôvodu optimalizácie regeneračných procesov, najmä s ohľadom na úsporu spotreby vody,
- na jednom zo vstupných pieskových filtrov sme vymenili filtračnú náplň, namiesto piesku používame sklenené guľôčky, ktoré vďaka fyzikálnym vlastnostiam predlžujú filtráciu, čím šetria vodu a energiu potrebnú na regeneráciu filtrov,
- pravidelne školíme našich zamestnancov a zdôrazňujeme význam ich osobného prístupu pri úsporách vody.

Spotreba vody na liter vyrobeného nápoja

2008	– 2,89
2009	– 2,66
2010	– 1,97
2011	– 2,00
2012	– 2,01
2013	– 1,93
2014	– 1,90

* polish filter – je jednoducho povedané nerezové sito na zachytávanie pevných nečistôt. V našej technológii je inštalované za každým karbónovým filtrom v úpravni vody. Karbónový filter je tank naplnený tzv. aktívnym uhlím, ktoré zbavuje vodu chlóru. Polish filter má za úlohu zachytiť vyplavované častice aktívneho uhlia.



Medzinárodný deň Dunaja

Danubius, Donau, Duna, Dunav, Duňarea, Danube... alebo jednoducho Dunaj. Druhá najväčšia európska rieka (2857 km). Jej povodie spája trinásť európskych krajín a viac ako 80 miliónov ľudí. Na Slovensku má Dunaj dĺžku celých 172 kilometrov.

V júni 1994 zástupcovia podunajských krajín podpísali v Sofii Dohovor o spolupráci pri ochrane a trvalom využívaní Dunaja. Slovenská republika uvedený dohovor ratifikovala koncom roka 1997 a do platnosti vstúpil 22. 10. 1998. Aktivity v rámci dohovoru riadi a koordinuje Medzinárodná komisia na ochranu Dunaja (ICPDR) so sídlom vo Viedni.

S cieľom upriamiť zvýšenú pozornosť na ochranu rieky Dunaj pri príležitosti 10. výročia podpísania dohovoru komisia vyhlásila 29. jún za Deň Dunaja – Danube Day. V tento deň sa krajiny ako Nemecko, Rakúsko, Slovensko, Maďarsko, Bosna a Hercegovina, Bulharsko, Chorvátsko, Česká republika, Moldavsko, Rumunsko, Srbsko, Slovinsko, Ukrajina a ďalšie zapájajú do spoločných osláv rieky Dunaj.

Organizujú aktivity pre odbornú i širokú laickú verejnosť, ale najmä pre deti a mladú generáciu, aby sa informácie o rieke Dunaj a o potrebe chrániť riekou dostali do širšieho povedomia verejnosti. Slovensko sa zapája do osláv rieky Dunaj pravidelne od roku 2004.

Dňa 21. 6. 2014 pri príležitosti Medzinárodného dňa Dunaja pripravilo Ministerstvo životného prostredia SR v spolupráci so spoločnosťou Coca-Cola HBC Slovenská republika a so svojimi rezortnými organizáciami Vodohospodárskou výstavbou a Slovenským vodohospodárskym podnikom pod hradom Devín v obci Devín (mestská časť Bratislavy) oslavy Medzinárodného dňa Dunaja. Toto miesto nebolo zvolené náhodou, ale preto, že rok predtým túto obec postihli veľké záplavy. Na oslavy zavítalo takmer 1000 ľudí.

Pre milovníkov prírody bola k dispozícii interaktívna výstava sladkovodných rýb a infostánok Bratislavského regionálneho ochrannárskeho združenia (BRÖZ) zameraný na ochranu vnútrozemskej delty Dunaja. Na podujatí sa premietali filmy s environmentálnou tematikou. Nechýbali ani ukážky práce dobrovoľného hasičského zboru, výcviku psa-terapeuta a rady lekára, ako žiť kvalitnejšie a zdravšie. Súčasťou programu boli hudobné vystúpenia základných umeleckých škôl a ďalšie umelecké vystúpenia. Súčasťou každoročných osláv Dňa Dunaja bola už desiaty rok umelecká súťaž pre deti zo všetkých podunajských krajín – Dunajský majster umenia. Od vzniku súťaže v roku 2004 vytvorili deti takmer 15 000 prírodných umeleckých diel. Súťaž vyhlasuje Globálne vodné partnerstvo pre strednú a východnú Európu (GWP CEE) a Medzinárodná komisia na ochranu rieky Dunaj (ICPDR).

Víťazi za odmenu spoznali faunu a flóru zblízka pri vnútorných ramenách rieky a veľa sa dozvedeli o ochrane prírody v povodí

Dunaja. Naša spoločnosť patrí k dlhoročným podporovateľom tejto súťaže a víťazom každý rok venuje plavbu po vybratých úsekoch a ramenách Dunaja.

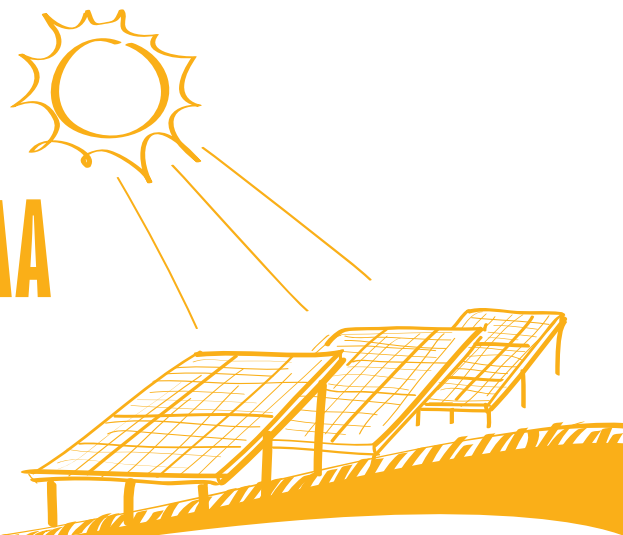
Dobrovoľnícky projekt zamestnancov

V októbri v rámci projektu MOVE WEEK sa nám podarilo v spolupráci s obcou Lúka zorganizovať dobrovoľnícku akciu: vyčistenie miestneho potoka a jeho brehov i prepadových žľabov. Napriek tomu, že počasie nebolo k dobrovoľníkom veľmi privetivé, do čistenia sa zapojilo takmer 30 našich zamestnancov z výrobného závodu Lúka a z bratislavskej pobočky. Za takmer 5 hodín náročnej práce sa nám podarilo vyčistiť viac ako 150 metrov potoka a naložiť 5 plných traktorových vlečiek rastlinným odpadom.



4.3.b

ENERGIA A KLÍMA



Snažíme sa znižovať nielen objem použitej vody, ale aj spotrebovanej energie. Sústavne pracujeme na projektoch, ktoré podporujú úsporu energií investovaním do nových, šetrnejších technológií:

⚡ vo výrobných halách sme inštalovali osvetlenie s automatickou reguláciou intenzity svetla,

⚡ inštalovali sme suché teplotné výmenníky určené na prevádzkovanie plniacich línií,

⚡ vymenili sme staré dopravníky

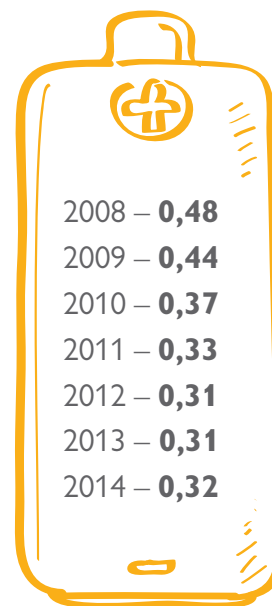
(asynchrónne) za moderné (synchronne), ktoré znižujú energetickú náročnosť o 20 až 40%,

⚡ používame on-line monitorovací systém na meranie spotrebovanej energie,

⚡ všade sme inštalovali úsporné žiarovky,

⚡ pravidelne školíme zamestnancov a zdôrazňujeme im ich význam pri úsporách energie.

Spotreba energie v MJ na liter vyrobeného nápoja



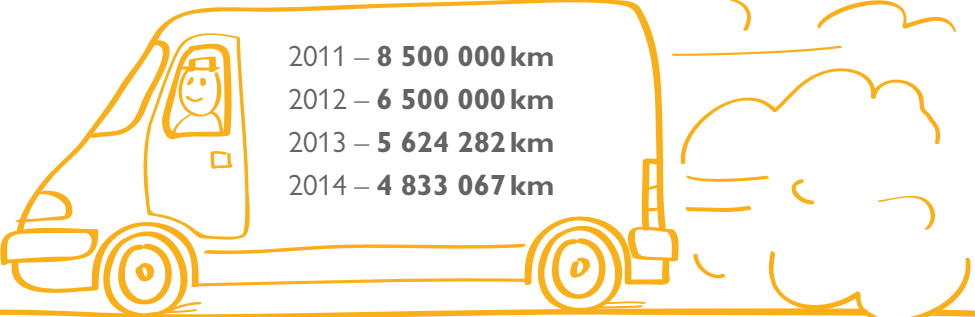
Vozový park

Všetky priame dodávky firmy Coca-Cola HBC Slovenská republika sa realizujú cestnou dopravou. Pre administratívne a komerčné potreby,

ako aj pre samotné dodávky výrobkov používame vozidlá partnerských firiem, s ktorými spolupracujeme. V roku 2014 používala firma 162 automobilov značky

Škoda na administratívne a obchodné účely. Celkovo sme minulý rok spotrebovali 404 378 litrov paliva (pre autá do 12,5 t).

Najazdené kilometre (týkajú sa aut do 12,5 t)



2011 – 8 500 000 km
2012 – 6 500 000 km
2013 – 5 624 282 km
2014 – 4 833 067 km

Ročne za našimi zákazníkmi najazdíme celkovo **4 776 238 km**. Takú veľkú vzdialenosť je ťažké si predstaviť. Pomôžeme vám.



Je to ako

120x


prejsť rovník

Alebo viac než

2900x

obísť hranice
Slovenskej
republiky

Spotrebované palivo (autá do 12,5 t)



2011 – 490 000 litrov paliva
2012 – 440 000 litrov paliva
2013 – 362 531 litrov paliva
2014 – 268 517 litrov paliva

Priemerná spotreba paliva v litroch /100 km (autá do 12,5 t)

2011 – 6,30
2012 – 6,10
2013 – 5,69
2014 – 5,55



Politika riadenia vozového parku firmy Coca-Cola HBC Slovenská republika je založená na používaní áut s optimálnou kapacitou, ktoré plnia aktuálnu emisnú normu EURO 5. Zhruba 99,5% našich vozidiel jazdí na naftu, pretože naftové motory sa vyznačujú nízkou spotrebou paliva.

V roku 2014 bol do 95 služobných vozidiel ((zo 134 osobných vozidiel) spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika nainštalovaný progresívny systém Mobileye, ktorý pomáha udržať bezpečný štýl riadenia a signalizuje náhly výskyt chodcov a cyklistov na vozovke. Výsledkom zavedenia tohto systému je nižší počet nehôd i objem škôd na vozovom parku.

Zariadenia pre chladené nápoje

Chladiace zariadenia našej spoločnosti neobsahujú látky poškadzujúce ozónovú vrstvu. Ak sa pozrieme na náš hodnotový reťazec, vidíme, že najväčší podiel na uhlí-

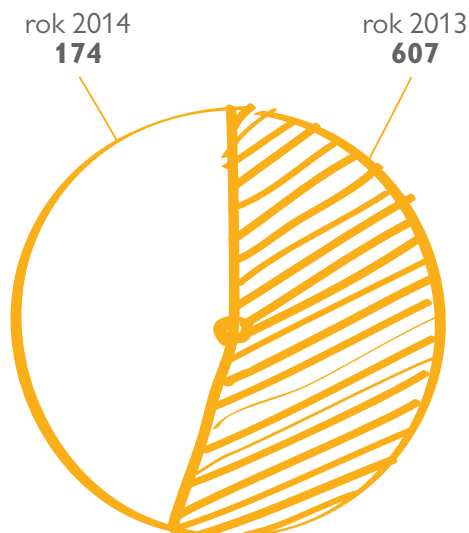
kovej stope má ochladzujúca a spotrebovaná energia našich chladiacich zariadení počas skladovania v obchodnej sieti.

Preto firma spúšťa dlhodobý program, ktorý sa chladiacimi zariadeniami zaoberá vo viacerých smeroch:

- ☀ inštalácia zariadenia Eco-box* na dvere chladičiek firmy Coca-Cola HBC Slovenská republika;
- ☀ nákupy chladiacich zariadení bez obsahu HFC od roku 2012 a nahradenie starých zariadení;
- ☀ nákupy chladiacich zariadení s lepšou energetickou účinnosťou (kdekoľvek je to možné) od roku 2009;
- ☀ up-grade časti osvetlenia starých chladiacich zariadení – vybavenie systémami LED.

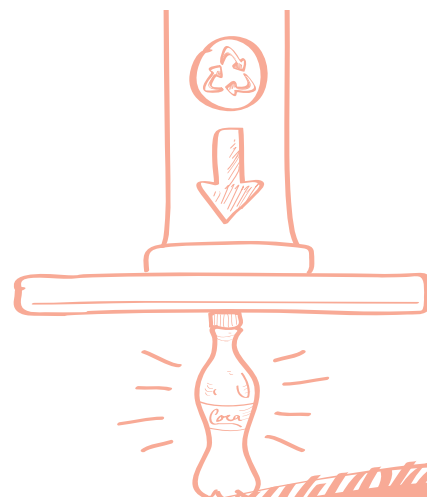


Celkový počet nehôd a škodových udalostí



4.3.c

OBALY, A RECYKLÁCIA



Nakladanie s odpadom

Snažíme sa znižovať množstvo odpadu a zároveň zvyšovať podiel recyklovaného odpadu. Dôsledne triedime odpad, a to nielen odpad pochádzajúci z výroby či skladu, ale aj bežný kancelársky – v priestoroch kancelárií sú kontajnery na triedený odpad a zamestnanci sú osvetou vedení k tomu, aby odpad správne triedili.

Okrem hlavnej priority – kvality – sa neustále snažíme zavádzať do výroby také obaly, ktoré čo najmenej zaťažujú životné prostredie. Aj z tohto dôvodu znižujeme hmotnosť našich obalov (jde rádo až o desiatky percent v závislosti od veľkosti balenia) alebo tzv. panenský PET materiál dopĺňame recyklovaným materiálom (niektoré naše obaly obsahujú až 30 % recyklovaného PET). V minulých rokoch sme znížili hmotnosť uzáverov na PET fľaše. Následne sa znížila aj hmotnosť preforiem pre fľašku s obsahom 2l PET, a to o 3 % v porovnaní s predchádzajúcim obalom.



Naša spoločnosť v súlade so spoločensky zodpovedným prístupom dbá na ochranu životného prostredia, preto všetky obaly, v ktorých prinášame na trh svoje výrobky, zhodnocujeme a opätovne využívame. Nápoje plníme do rôznych obalov

podľa preferencií našich spotrebiteľov – od sklenených fliaš a hliníkových plechoviek až po kombinované či plastové obaly. Odpad z obalov tvorí až 70 % komunálneho odpadu a jeho triedením a následnou recykláciou sa podieľame na budovaní čistejšieho Slovenska. Naším cieľom je dodržať podmienky európskej smernice 94/62 EC o obaloch a obalových odpadoch, ktorá členskými štátmi EÚ ukladá plniť ciele recyklácie a zhodnocovať použité obaly. Povinnosti v tejto oblasti si plníme v spolupráci s organizáciou ENVI-PAK, na vzniku ktorej sme sa od svojho založenia podieľali.

Podiel recyklovaného odpadu na celkovom odpade výrobného závodu (v %)



2008 –	82,43
2009 –	83,55
2010 –	86,20
2011 –	87,30
2012 –	88,60
2013 –	89,91
2014 –	94,01

ENVI-PAK systém podporuje viac ako 1600 miest a obcí (kde žije viac ako 3 mil. obyvateľov), čo predstavuje 57% všetkých miest a obcí v SR.

V roku 2014 ENVI-PAK vďaka zberu obalov zamedzila vzniku 56 000 ton skleníkových plynov (CO₂), čo predstavuje skleníkové plyny, ktoré by vyprodukovalo 5 osobných automobilov počas cesty okolo sveta (čo je 208 137 603 km).

Európska únia ukladá svojim členom povinnosť od roku 2020 recyklovať 50% odpadu z domácností. K tejto méte má Slovensko zatiaľ ďaleko, preto je pre ENVI-PAK veľkou výzvou a poslaním organizovať zber a zhodnocovať obaly z domácností tak, aby bolo možné uvedený cieľ dosiahnuť a pomôcť tak našim klientom, obciam a mestám plniť ich zákonné povinnosti a spoločnými silami budovať čistejšie Slovensko.

Organizácia organizácia ENVI-PAK

Historicky prvá organizácia svojho typu na Slovensku ENVI-PAK, ktorá sa v súčasnosti podieľa na financovaní zberu a triedenia obalov vo viac ako 1 600 obciach. Rok 2014 bol už jedenástym rokom existencie ENVI-PAKU. ENVI-PAK má odborné znalosti a bohaté skúsenosti, vďaka čomu môže svojim klientom a partnerom poskytovať okrem kvalifikovaného a komplexného odborného servisu aj množstvo produktov a služieb nad rámec zákonom stanovených povinností.

ENVI-PAK vznikla pre podnikateľov, ktorí svoje výrobky plnia alebo balia do obalov alebo dovážajú balené výrobky na Slovensko. ENVI-PAK zabezpečuje zber, zhodnocovanie a recykláciu týchto obalov. Poskytuje priamu finančnú podporu mestám a obciam, ktoré triedia obaly bez ohľadu na ich množstvo. Okrem toho poskytuje mestám a obciam aj poradenstvo

a legislatívny servis v oblasti zberu a triedenia obalov. Pomáha mestám a obciam získať finančnú podporu z európskych fondov. Svojím klientom a partnerom poskytuje odborné medzinárodné know-how. Získané finančné prostriedky nekumuluje, ale spätne investuje do ďalšieho rozvoja triedeného zberu. Vzdeláva a podporuje osvetu obyvateľov s dôrazom na deti a mládež v oblasti zberu a zhodnocovania obalov a v environmentálnych aktivitách.

Do systému zberu, triedenia a zhodnocovania obalov je prostredníctvom ENVI-PAK zapojených viac ako 1200 organizácií, ktoré ročne uvedú na trh zhruba 200 000 ton obalov.



Na základe údajov a následných výpočtov získaných prostredníctvom zberu, prepravy vytriedeného odpadu, následného dotriedenia, zhodnotenia a recyklácie, ktoré zabezpečila organizácia ENVI-PAK, naša spoločnosť prispela k úspore emisií skleníkových plynov a energie v množstve 1 525 ton CO₂ a úspore energie 24 883 921 MJ.

V roku 2013 ENVI-PAK spolu s ďalšími 17 svetovými organizáciami založil združenie EXPRA, ktorého cieľom je uplatňovať princípy rozšírenej zodpovednosti výrobcov v oblasti obalov. ENVI-PAK ročne usporadúva školenia a semináre pre viac ako 350 odborníkov a zhruba 400 miest a obcí v SR a ČR a organizuje odborné konferencie so zahraničnou účasťou.

ENVI-PAK organizuje a podporuje mnohé vzdelávacie a environmentálne projekty v oblasti zberu, triedenia a recyklácie odpadov. Od roku 2011 sa aj našou zásluhou triedi odpad v oboch budovách Ekonomickej univerzity v Bratislave, kde sme doteraz uskutočnili viacero prednášok na tému „Triedenie odpadu má zmysel“. Za 11 rokov sme navštívili a podporili stovky škôl, detských a študentských domovov v mestách (napr. Bratislava, Prievidza, Skalica, Partizánske, Malacky, Dubnica nad Váhom, Handlová, Nováky) i obciach (napr. Selce, Budča, Kunov, Trnava Hora, Torysa, Brezovica). Pravidelne sa zúčastňujeme a organizujeme podujatia pri príležitosti významných dní ako Deň Zeme, Svetový deň vody, Hodina Zeme, Svetový deň životného prostredia, Medzinárodný deň lesov a pod. Na vzdelávacích a osvetových podujatiach ENVI-PAK sa ročne zúčastní približne 50 tisíc detí, mládeže a dospelých.

Jedným z významných podujatí, kde prezentujeme našu značku a činnosť, je multikulturný festival Bažant Pohoda, ktorý každý rok navštívi okolo 30 tisíc, najmä mladých ľudí. Festival Bažant Pohoda sa okrem iných priorít pýši aj tým, že je najčistejším hudobným festivalom, a to nielen na Slovensku. Veríme, že aj vďaka spoločnosti ENVI-PAK,

ktorá je partnerom festivalu už osem rokov sa pre každý ročník snaží pripraviť vlastný zaujímavý program, aby pritiahla návštevníkov festivalu a poučila ich, prečo a ako triediť odpad.

Novinkou pre ešte čistejší a zelenší festival boli tento rok opakovane použiteľné poháre. Niektoré niesli logo ENVI-PAKu, ktoré sa festivalovým hosťom páčilo. Opakovane použiteľné poháre rekordne znížili množstvo plastového odpadu.

Celkovo sa tento rok na festivale vyzbieralo 7,8 ton plastového odpadu, čo je o rekordných 14,13 tony menej oproti minuloročným 21,93 tonám. Papiera sme vyzbierali 3,6 tony, čo je o 2 tony viac oproti roku 2013, kovov 0,48 tony, čo je len o 0,04 tony menej ako pred rokom, a skla sa tento rok vyzbieralo 2,2 tony, čo je oproti predošlému roku len minimálne navýšenie o 0,07 tony. Spolu sa na festivale vyzbieralo 63,06 tony vytriedeného odpadu, čo je o 5,33 tony menej oproti roku 2013. Komunálneho odpadu sa vyviezlo 49,98 tony.

ENVI-PAK je jediná organizácia, ktorá plošne podporuje a organizuje triedený zber obalov v priamej spolupráci s mestami a obcami. Kontrola zo strany slovenskej inšpekcie životného prostredia v súvislosti s vykonávaním odborných činností dopadla veľmi úspešne.

ENVI-PAK je jedinou organizáciou, ktorá má právo udeľovať výrobcom a dovozcom ochrannú známku ZELENÝ BOD, ktorou na obale výrobkov deklarujú zodpovedný vzťah k životnému prostrediu. Je jedinou organizáciou, ktorá je členom medzinárodnej organizácie PRO EUROPE zastrešujúcej významné environmentálne organizácie v Európe.



Štandardy, certifikáty a pravidlá












Firma Coca-Cola HBC Slovenská republika certifikuje svoj výrobný závod a sklady podľa medzinárodných štandardov riadenia kvality (ISO 9001), bezpečnosti potravín (ISO 22000), ochrany životného prostredia (ISO 14001) a bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci (OHSAS 18001).

Súčasťou systému riadenia sú požiadavky GFSI (Global Food Safety Initiative) a systému HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points). Všetky nápoje vyrábané

firmou Coca-Cola HBC Slovenská republika spĺňajú slovenským štátom stanovené normy pre kvalitu a bezpečnosť potravín, rovnako ako celosvetové štandardy spoločnosti The Coca-Cola Company.

Riadime sa **Kódexom obchodného správania** (Code of Business Conduct), ktorý definuje normy správania záväzné pre všetkých zamestnancov. Pre zamestnancov, ktorí chcú nahlásiť porušenie kódexu pri zachovaní úplnej dôvery, je zriadená telefónna linka a špeciálna e-mailová adresa.

Zavádzame smernice a pravidlá pre konkrétne situácie:

-  Pravidlá na vytváranie rovnakých príležitostí
-  Pravidlá o ochrane životného prostredia
-  Pravidlá o kvalite a nezávadnosti potravín
-  Pravidlá o riadení klimatických zmien
-  Pravidlá o prevencii HIV / AIDS
-  Pravidlá o ochrane ľudských práv
-  Pravidlá o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci
-  Pravidlá o recyklácii obalov
-  Pravidlá o bezpečnej a ekologickej jazde
-  Hlavné zásady pre dodávateľov
-  Závazok voči UNESDA
-  Pravidlá o geneticky modifikovaných plodinách (GMO)

KÓDEX OBCHODNÉHO SPRÁVANIA

INTEGRITA V
SPOLEČNOSTI

BEZÚHONNOSŤ
V SPOLEČNOSTI

Coca-Cola
Hellenic
Poznáme to! Dôverujeme!





Coca-Cola HBC Slovenská republika, s. r. o.
Tuhovská 1, P.O.BOX 37, 831 07 Bratislava,
IČO: 31 340 628, DIČ: SK 2020342280
Tel.: +421 249 263 111, Fax: +421 249 263 114
E-mail: vonkajsievztahy.sk@cchellenic.com
www.Coca-Colahellenic.sk