



Coca-Cola HBC
Ukraine

РІК СТІЙКОГО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ЗРОСТАННЯ

ЗВІТ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
2017



ЗМІСТ

1	ПРО ЗВІТ	
	Ключові результати розвитку компанії у 2017 році	5
	Практика звітності	8
	Зобов’язання у сфері сталого розвитку	9
	Взаємодія та залучення зацікавлених сторін	11
2	ПРО КОМПАНІЮ	
	Загальна характеристика	16
	Продукція та діяльність	18
	Здоров’я та безпека споживачів	20
	Стратегія та цінності	22
	Політики компанії	24
3	ПЕРСОНАЛ	
	Принципи роботи з персоналом	30
	Заробітна плата та винагороди	32
	Програми розвитку та навчання персоналу	38
	Залучення персоналу	40
	Здоров’я та безпечні умови праці	42
4	ДОВКІЛЛЯ	
	Управління водними ресурсами	46
	Енергія та зміни клімату	48
	Викиди	51
	Матеріали упаковки та відходи	52
5	НАША РОЛЬ НА РИНКУ	
	Наш шлях уперед	56
	Відповідальний маркетинг	57
	Закупівлі	58
	Продажі	62
6	ГРОМАДИ	
	Розвиток молоді	68
	Дбайливе ставлення до довкілля	70
	Добробут громад	72
	Вплив на місцеву економіку	74
	Зміст показників Глобальної ініціативи зі звітності	76

Пані та панове!



Як відповідальний бізнес, що усвідомлює необхідність прозорого висвітлення своєї діяльності та прогресу на шляху сталого розвитку, ми раді представити вашій увазі річний Звіт компанії «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» за 2017 рік.

Ми впевнені, що наша місія полягає не лише у задоволенні потреб споживачів у різноманітних напоях найвищої якості. Ми докладаємо значних зусиль для мінімізації негативного впливу на довкілля, для покращення життя громад та соціально-економічної ситуації в Україні загалом. Наше бачення цих напрямів діяльності відображені у стратегічних цілях розвитку до 2020 року, з якими ви можете детальніше ознайомитися у Звіті.

Досягнути зазначених амбітних цілей можна лише доклавши максимальних зусиль, використовуючи при цьому кожен нагоду на шляху сталого розвитку. Запорукою нашого успіху є, насамперед, команда професіоналів, які, поділяючи цінності та принципи компанії, роблять свій внесок у її розвиток.

Від першого дня існування компанії ми невинно працюємо над покращенням ефективності використання природних ресурсів при виробництві продукції. У 2017 році ми досягнули значних результатів. Зокрема, нам вдалося зменшити кількість пакувальних матеріалів, які використовуємо, скоротити обсяги споживання енергії та мінімізувати викиди парникових газів. Про це докладно – у розділах Звіту.

Маючи на меті рух назустріч уподобанням наших споживачів, в умовах динамічного розвитку, ми працюємо над розширенням асортименту продукції, що завжди відповідатиме очікуванням ринку. Приміром, у 2017 році ми розпочали виробництво безкалорійної Coca-Cola Zero®, а у планах на майбутнє – випуск ще декількох продуктів зі зниженою калорійністю.

Важливим аспектом нашої діяльності є ґрунтовна та плідна взаємодія із зацікавленими сторонами, тому сподіваємося, що цей Звіт відповість на важливі для вас питання.

Будемо дуже раді почути вашу думку!

Константинос Спанудіс,
Генеральний директор
ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед»

КЛЮЧОВІ РЕЗУЛЬТАТИ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ У 2017 РОЦІ

1 ЗАВОД ТА **12** ФІЛІЙ
ПО ВСІЙ УКРАЇНІ

ЗОЛОТИЙ СЕРТИФІКАТ
ЗА ВІДПОВІДАЛЬНЕ
УПРАВЛІННЯ ВОДНИМИ
РЕСУРСАМИ ВІД
ЄВРОПЕЙСЬКОГО
УПРАВЛІННЯ ВОДНИМИ
РЕСУРСАМИ

-14,5 % ВИКИДІВ
CO₂ В АТМОСФЕРУ
У ПОРІВНЯННІ
З 2016 РОКОМ

1276 ПРАЦІВНИКІВ

«КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ
УКРАЇНА» УВІЙШЛА ДО
ТОП-**10** НАЙКРАЩИХ
РОБОТОДАВЦІВ В УКРАЇНІ

ПРОГРАМА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО НЕЗАХИЩЕНОЇ
МОЛОДІ YOUTH EMPOWERED У 2017 РОЦІ ОХОПИЛА
14 ШКІЛ-ІНТЕРНАТІВ ТА ПОНАД **1000** ЇХНІХ
ВИПУСКНИКІВ У СЕМИ ОБЛАСТЯХ УКРАЇНИ

28,6 ГОДИН
НАВЧАННЯ НА
ПРАЦІВНИКА
У СЕРЕДНЬОМУ
ЗА РІК



1 ПРО ЗВІТ



ДЛЯ «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖІЗ УКРАЇНА» НЕВІД'ЄМНОЮ ЧАСТИНОЮ СТРАТЕГІЇ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ Є ВІДПОВІДНІСТЬ ПРИНЦИПАМ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ, ЩО ПЕРЕДБАЧАЮТЬ ДОВГОСТРОКОВИЙ РОЗВИТОК У ГАРМОНІЇ З НАВКОЛИШНІМ СЕРЕДОВИЩЕМ І СУСПІЛЬСТВОМ. ЗВІТНІСТЬ – ЦЕ ІНСТРУМЕНТ, ЯКИЙ ДОПОМАГАЄ ПРОАНАЛІЗУВАТИ ЦЮ ВІДПОВІДНІСТЬ ТА ВИЯВИТИ ПРОГРЕС.

ПРАКТИКА ЗВІТНОСТІ

ЗВІТНИЙ ПЕРІОД

Цим Звітом ми прагнемо донести до вас наші цілі, показники та ключові досягнення у сфері сталого розвитку за період від 01.01.2017 до 31.12.2017. За потреби подається інформація за 2016 та 2015 роки.

ПРИНЦИПИ

Під час підготовки Звіту проводилися інтерв'ю із ключовими працівниками щодо визначення меж Звіту, його інформаційного наповнення та відповідності принципам звітності за стандартами Глобальної ініціативи зі звітності. Зміст було визначено відповідно до принципів залучення зацікавлених сторін, з урахуванням контексту сталого розвитку, висвітлення суттєвої інформації та принципу повноти наведеної інформації. Принципи, що визначають якість Звіту, також були враховані.



Цей Звіт підготовлено за участі спеціалістів компанії «Бейкер Тіллі Консалтинг Україна», що надає послуги з підготовки нефінансової звітності за стандартами Глобальної ініціативи зі звітності.



Глобальна ініціатива зі звітності – незалежна міжнародна організація, що від 1997 року займається розробкою підходів для підготовки нефінансової звітності, які дозволяють висвітлювати важливі питання суттєвого економічного, соціального впливу та впливу на довкілля, що постають під час діяльності будь-якої компанії чи організації.

Компанія і надалі вдосконалюватиме підходи до звітування з метою відповідності очікуванням зацікавлених сторін, а також комунікуватиме щодо суттєвих аспектів, якими переймаються зацікавлені сторони.

ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ, ЩО БУЛИ УХВАЛЕНІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ОБ'ЄДНАНИХ НАЦІЙ у 2015 РОЦІ, Є НАШИМ ОРІЄНТИРОМ НА ШЛЯХУ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ. ДЕТАЛЬНІШЕ ЩОДО СУТТЄВОГО ПРОГРЕСУ В ДОСЯГНЕННІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ООН У КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ДОПОВІДІ «ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: УКРАЇНА» – У РОЗДІЛАХ ЗВІТУ.



ЗОБОВ'ЯЗАННЯ У СФЕРІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Ми постійно працюємо з метою інтеграції принципів корпоративної відповідальності та сталого розвитку в усі аспекти нашої діяльності.

Компанія Coca-Cola HBC – світовий лідер сталого розвитку у виробництві напоїв та посідає вершину європейських та світових індексів сталого розвитку для компаній – виробників напоїв.

На шляху до постійного вдосконалення компанія робить посильний внесок у досягнення цілей Плану сталого розвитку всієї Групи Coca-Cola HBC.

План зобов'язань Coca-Cola HBC до 2020 року та статус виконання на 2017 рік

Піддавати переробці 40% загального обсягу пакувальних матеріалів 41%	Отримувати 20% загального ПЕТ з переробленого ПЕТ і/або ПЕТ з відновлюваних матеріалів 9%	Зменшити кількість первинної тари на 25% у розрахунку на літр готового напою 18%
Інвестувати 2% від щорічного прибутку до оподаткування у розвиток громад 1.3%	Сертифікувати понад 95% основних сільськогосподарських інгредієнтів відповідно до принципів сталого господарства Coca-Cola 33%	Подвоїти кількість співробітників, які долучаються до волонтерської роботи у робочий час, до 10% усіх працівників 11%
Зменшити інтенсивність використання води на 30% -21%	Знизити прямі викиди вуглекисного газу на 50% -42%	Знизити викиди вуглекисного газу по усьому ланцюгу доданої вартості на 25% -23%
Сертифікувати усі заводи за стандартами EWS або Альянсу управління водними ресурсами 26%	Використовувати 40% загального обсягу енергії з відновлюваних та чистих джерел енергії 34%	Зменшити на 10%/100 мл доданого цукру у газованих напоїв (держави-члени ЄС та Швейцарія) -5%

виконується частково виконується потребує довшого терміну

Від 2008 року ми включені до Індексу Доу – Джонса (Dow Jones Sustainability Index або **DJSI**), що є визнанням нашого зосередження на безперервному вдосконаленні показників сталого розвитку. Від 1999 року DJSI вважається світовим критерієм оцінювання корпоративної відповідальності. У 2017 році четвертий рік поспіль Coca-Cola HBC визнано лідером безалкогольної галузі у Європі та світі згідно з Індексом сталого розвитку Доу – Джонса.



СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ

Будь-яка наша діяльність – від стратегічного планування до повсякденних виробничих завдань – спрямована на якнайшвидше виконання цих зобов'язань. Крім того, ми визначили для себе три стратегічні напрями, у межах яких дотримуємося певних цілей, що є основними у підході до сталого розвитку нашої компанії.



ЗДОРОВ'Я ТА ДОБРОБУТ

ЦІЛІ:

- Використання наукових принципів
- Інновації
- Пропонування вибору
- Прозоре інформування
- Відповідальний маркетинг



ЗАХИСТ ДОВКІЛЛЯ

ЦІЛІ:

- Зменшення використання води, енергії та кількості виробничих відходів
- Істотне зменшення викидів парникових газів
- Вдосконалення упаковки, збільшення рівня відновлення та утилізації, зменшення відходів на полігонах для сміття
- Використання відновлюваних джерел енергії



РОЗВИТОК МІСЦЕВИХ ГРОМАД

ЦІЛІ:

- Створення позитивного соціально-економічного впливу на територіях, де ми працюємо
- Підтримка програм громад, спрямованих на раціональне використання води та захисту довкілля
- Впровадження програм з розвитку молоді, стажування та партнерство з освітніми установами з фокусом на працевлаштуванні молоді
- Партнерство з міжнародними організаціями для надання допомоги у надзвичайних ситуаціях на територіях, де ми працюємо

ВЗАЄМОДІЯ ТА ЗАЛУЧЕННЯ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН

Наша бізнес-стратегія базується на фундаментальному принципі створення спільної цінності з усіма нашими зацікавленими сторонами. Це визначає спосіб ведення нашого бізнесу, впровадження всіх видів діяльності та розвитку наших відносин.

Ми співпрацюємо з нашими зацікавленими сторонами для визначення суттєвих аспектів нашої діяльності. Наші зобов'язання щодо сталого розвитку базуються на зв'язку між суттєвими для нас аспектами та стратегічними пріоритетами.

Діяльність компанії є інтенсивною та різноманітною за напрямками, адже ми постійно співпрацюємо з багатьма зацікавленими сторонами. Наводимо основні групи ідентифікованих стейкхолдерів, залучених до різних типів діяльності компанії, в тому числі операційної. Варто зауважити, що всі зацікавлені сторони вкрай важливі для нас, і ми прагнемо і надалі покращувати взаємодію з ними та працюємо над досягненням максимально можливого їхнього залучення до діяльності компанії.

СТЕЙКХОЛДЕРИ ТА СПОСОБИ ВЗАЄМОДІЇ З НИМИ

Група зацікавлених сторін	Спосіб залучення
Співробітники	Дослідження рівня залученості та прихильності до цінностей компанії, встановлення цілей та оцінювання результатів за основними стратегічними напрямками, Тижні етики та відповідності, щоквартальні зустрічі з генеральним директором, щорічні конференції лідерів, гаряча лінія для звернень, інтранет, персональні зустрічі
Бізнес-партнери	Участь у спільних програмах, планування виробничих завдань, залучення у межах їхнього виконання, спільні заходи, програми навчання, реалізація спільних політик та правил
Клієнти	Спільні програми зі створення цінностей, трейд-маркетингові активації, співпраця за програмами, пов'язаними зі здоров'ям та сталим розвитком, регулярні зустрічі, команди щодо роботи з ключовими клієнтами, спільне бізнес-планування, центри роботи з клієнтами та замовниками, дослідження рівня задоволеності
Споживачі	Гаряча лінія для споживачів, корпоративний сайт, екскурсії на завод, дослідження, фокус-групи, сегментована інтегрована комунікація через інноваційні канали, зокрема соціальні медіа
Постачальники	Спільні програми зі створення цінностей, галузеві асоціації, практичні заняття з відповідальних закупівель
Урядові організації	Консультації, публічні обговорення, діалог з агенціями з питань харчової безпеки, охорони праці та захисту довкілля, консультативною радою з питань іноземних інвестицій, посольствами тощо
Неурядові організації	Конференції, консультації, публічні обговорення, партнерство у спільних програмах (напрями з розвитку молоді, збереження довкілля, активний спосіб життя та здорове харчування, програми підтримки місцевих громад), членство у галузевих та бізнес-асоціаціях
Місцеві громади	Проекти з розвитку місцевих громад, партнерство, спрямоване на розвиток молоді, збереження довкілля, покращення добробуту місцевих громад, локальні соціальні проекти, волонтерство, екскурсії на завод

Під час визначення підходу щодо висвітлення суттєвого економічного, соціального впливу та впливу на довкілля, спричинених компанією, а також тих аспектів нашої діяльності, що можуть значно вплинути на оцінку зацікавлених сторін чи їхні рішення, ми скористалися підходом Групи Coca-Cola HBC щодо визначення суттєвих аспектів. За основу узяли дванадцять суттєвих аспектів.

Для визначення необхідності висвітлення суттєвих аспектів, що не входять до цього переліку, ми провели відповідні заходи, зокрема, інтерв'ювали керівний персонал компанії та спеціалістів. Ми з'ясували, що перелік суттєвих аспектів не потребує розширення, оскільки наявні відображають основні сфери інтересів зацікавлених сторін.

Ключові представники груп зацікавлених сторін, серед яких проводилося онлайн-опитування, мали змогу запропонувати суттєві теми для висвітлення у цьому Звіті.

Через те, що підготовка звітності відповідно до вимог Стандартів GRI щодо звітності зі сталого розвитку проводиться нами вперше, інформація за окремими елементами розкриття може мати певні обмеження щодо повноти висвітлення. Такі недосконалості будуть виправлені у наступних звітах, для чого ми докладемо максимум зусиль.

СУТТЄВІ АСПЕКТИ

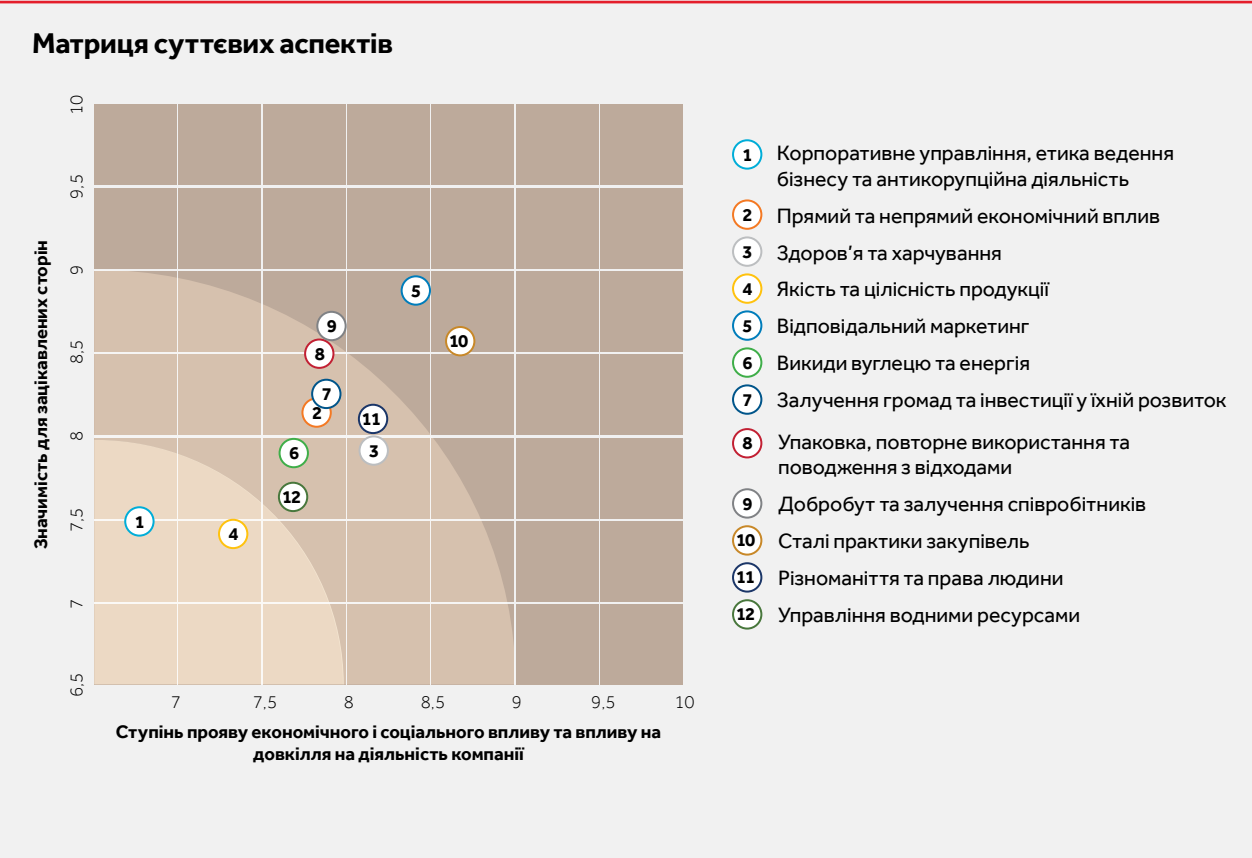
- Корпоративне управління, етика ведення бізнесу та антикорупційна діяльність
- Прямий та непрямий економічний вплив
- Здоров'я та харчування
- Якість та цілісність продукції
- Відповідальний маркетинг
- Викиди вуглецю та енергія
- Залучення громад та інвестиції у їхній розвиток
- Упаковка, повторне використання та поводження з відходами
- Добробут та залучення співробітників
- Сталі практики закупівель
- Різноманіття та права людини
- Управління водними ресурсами



Для оцінювання значимості економічного та соціального впливу компанії, а також впливу на довкілля та важливості суттєвих аспектів безпосередньо для зацікавлених сторін було проведено онлайн-опитування серед 51 ключових представників різних груп зацікавлених сторін, що репрезентують думку тієї чи іншої групи. Також були проведені інтерв'ю з персоналом компанії, що дозволило отримати додаткові дані щодо важливості та критичності суттєвих аспектів.

Під час опитування представники зацікавлених сторін мали оцінити важливість та вплив усіх суттєвих для компанії аспектів. Результати опитування дозволили сформувати матрицю суттєвих аспектів.

Визначаючи межі висвітлення інформації щодо суттєвих аспектів, компанія звітує про вплив, який виникає саме під час функціонування бізнесу, а також про опосередкований вплив, над яким компанія здійснює фінансовий або операційний контроль.



2 ПРО КОМПАНІЮ



ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖІЗ
УКРАЇНА ЛІМІТЕД» – ЛІДЕР
УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ
БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ,
ЩО ВХОДИТЬ ДО СОСА-COLA
HVC GROUP (НАДАЛІ – ГРУПА),
ПРОВІДНОГО БОТЛЕРА ПРОДУКЦІЇ
THE СОСА-COLA COMPANY.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Coca-Cola HBC – другий у світі та найбільший у Європі ботлер «Кока-Кола» – займається розливом та дистрибуцією безалкогольних напоїв на умовах франчайзингу The Coca-Cola Company.

The Coca-Cola Company створює та здійснює маркетинг брендів та торговельних марок по усьому світу. Заснована 1886 року, ця компанія виробляє для своїх виробництв-ботлерів концентрати та сиропи для виготовлення майже 3500 напоїв у понад 200 країнах світу. Також розробляє і реалізує маркетингові стратегії.

Компанія The Coca-Cola Company та її 300 ботлер-партнерів – разом із Coca-Cola HBC – формують Систему Компаній Кока-Кола. Система створює цінність як для клієнтів, так і для споживачів – це робить її унікальною щодо ведення бізнесу.

COCA-COLA HBC – це:

29
тисяч працівників

28
країн світу

2
мільярди умовних упаковок продукції на рік

600
мільйонів потенційних споживачів на трьох континентах

СТАБІЛЬНИЙ РОЗВИТОК УСІЄЇ СИСТЕМИ ЗАЛЕЖИТЬ ВІД СПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ТА ЦІЛЕЙ КОМПАНІЇ THE COCA-COLA COMPANY ТА ЇЇ БОТЛЕР-ПАРТНЕРІВ, А ТАКОЖ ВІД СПІВПРАЦІ ТА ПІДТРИМКИ МІЖ УСІМА ПАРТНЕРАМИ.

Взаємодія з The Coca-Cola Company

СТВОРЕННЯ ПОПИТУ

The Coca-Cola Company несе відповідальність за створення попиту за допомогою споживчого маркетингу та розвитку бренда.

Крім того, компанія постачає інгредієнти, виробляє і продає концентрати, основи напоїв та сиропи для для напоїв.

ЗАДОВОЛЕННЯ ПОПИТУ

Як ботлінг-партнер, ми несемо відповідальність за задоволення цього попиту через виробництво, пакування, дистрибуцію та продаж готових безалкогольних напоїв нашим клієнтам, які потім продають їх споживачам.

Ми відповідаємо також і за клієнтоорієнтований маркетинг.

ОСНОВНІ ЕТАПИ ІСТОРІЇ В УКРАЇНІ



ПРОДУКЦІЯ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ

Компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» виробляє, продає та здійснює дистрибуцію популярних в усьому світі безалкогольних напоїв.

Продукція компанії широко представлена на території України та Молдови, оскільки завод виготовляє напої для обох ринків компанії Coca-Cola HBC Ukraine & Moldova. Крім цього, продукція експортується в інші країни Групи Coca-Cola HBC, такі як Білорусь, Вірменія та Польща.

КАТЕГОРІЇ ПРОДУКЦІЇ

• **Солодкі газовані напої:** Coca-Cola Оригінальний смак®, Coca-Cola Light®, Coca-Cola Zero SUGAR®, Fanta® з апельсиновим соком, Fanta® з лимонним соком, Fanta® Смак Мандарин.

Sprite®, Schweppes® Bitter Lemon, Schweppes® Indian Tonic®, Schweppes® Taste of Pink Grapefruit, Schweppes® Taste of Classic Mojito.

• **Вода:** природна питна вода BonAqua® (газована, негазована та середньогазована).

• **Соки та сокові напої:** Rich® (10 смаків), Rich kids® (4 смаки).

• **Енергетичні напої:** Burn Original®, Burn Refreshing Energy® (Burn Apple Kiwi® з літа 2017), Burn Passion Punch®, Burn Lemon Ice® та Gladiator®.

• **Чай:** Nestea® виготовлявся до кінця 2017 року, у четвертому кварталі 2017-го компанія почала виготовляти чаї FUZETEA® (4 смаки).

НА **9,4** %
більше продукції
виготовила компанія
у порівнянні з 2016-м

Заклади громадського харчування можуть реалізовувати напої Coca-Cola®, Fanta® з апельсиновим смаком та Sprite® на розлив, оскільки наша компанія надає замовникам у користування відповідні апарати (Postmix). Крім того, компанія є дистрибутором елітних алкогольних напоїв та енергетичних напоїв компанії Monster Energy®.



ВИРОБНИЦТВО

Виробничі потужності «Кока-Кола Беверіджиз Україна» – це один завод, на території якого також розташований головний офіс. На території України розташовано 12 торговельних представництв (філій), що займаються дистрибуцією напоїв компанії. Наше підприємство – один із найпотужніших заводів Coca-Cola у Європі, він відповідає найвищим українським та світовим стандартам виробництва. Це дозволяє компанії гарантувати відповідний рівень якості та безпечності продукції для здоров'я споживачів.

ВІДЗНАКИ ЗА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

За результатами 20-го Міжнародного дегустаційного конкурсу пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» отримала гран-прі, чотири золоті та дві срібні медалі за високу якість безалкогольних напоїв. Безалкогольний напій Schweppes® Classic Mojito отримав гран-прі за найвищу якість, а шість продуктів компанії – Coca-Cola®, Coca-Cola® Zero, Fanta®, Sprite®, BonAqua® та Schweppes® Pink Grapefruit – отримали золоті та срібні медалі за високу якість.



ЕКСКУРСІЇ НА ЗАВОД ТА У МУЗЕЙ КОКА-КОЛА

Компанія організовує екскурсії на завод та у Музей Кока-Кола, під час яких відвідувачі мають змогу дізнатись більше про історію компанії, широкий асортимент напоїв, а також відвідати виробничі лінії.

Екскурсії безкоштовні та проводяться професійним гідом.

Завод дозволяється відвідувати дітям старшим 12 років. Записатись на екскурсію можна за номером гарячої лінії 0 800 30 80 08.



> **40 000** ГОСТЕЙ
відвідали екскурсії
у 2017 році



ЗДОРОВ'Я ТА БЕЗПЕКА СПОЖИВАЧІВ

Гарантія високої якості та безпеки продукції – найважливіший аспект нашого бізнесу.

Наша компанія постійно працює над збільшенням асортименту продукції та задоволенням потреб споживачів, а це – шлях постійного пошуку і змін. Ми впроваджуємо зручніші упаковки меншого об'єму, зменшуємо кількість доданого цукру в напоях, адже здорове харчування – світовий тренд. Ми підтримуємо прагнення людей свідомо ставитися до свого харчування, саме тому пропонуємо напої зі зниженим вмістом доданих цукрів. Ця лінійка постійно розширюється, та представлена такою продукцією:

- **Coca-Cola Light®**;
- **Schweppes Bitter Lemon®**;
- **Schweppes Pink®**;
- **Coca-Cola Zero®**.

Як заміники цукру ми використовуємо ацесульфам калію, цикламат натрію, аспартам, сахаринат натрію, стевіол глікозид. Вони не мають негативного впливу на здоров'я споживачів, не сприяють збільшенню ваги – а це суттєві переваги для багатьох споживачів.

Ми турбуємось про те, аби споживачі мали змогу чітко розуміти склад нашої продукції, саме тому інформацію щодо того, які саме цукрозамінники ми використовуємо в наших напоях, завжди можна знайти на етикетці.

Coca-Cola Zero® – новий для ринку України продукт, який ми запустили 2017 року в межах наших зобов'язань щодо скорочення вмісту цукру в солодких газованих напоях на 10% до 2020 року. У Coca-Cola Zero® вміст доданих цукрів на 100% менше (0 г/100 мл цукрів) порівняно з класичною Coca-Cola (10,6 г/100 мл цукрів).

Крім того, деякі напої містять вітаміни, що надає їм додаткової цінності та покращує споживчі якості. Продукція з вітамінами:

- **з вітаміном С:** Fanta® з апельсиновим соком, Fanta® з лимонним соком;
- **з вітамінами B3, B5, B6, B12:** Burn Passion Punch®, Burn Original®, Burn Apple Kiwi®, Burn Refreshing Energy®, Burn Lemon Ice® та Gladiator®.



НА **10%**
скоротиться вміст цукру
в солодких газованих
напоях компанії до 2020
року

СТАНДАРТИ ТА СИСТЕМИ СЕРТИФІКАЦІЇ

Визначення щорічних амбітних цілей щодо якості та безпеки харчових продуктів гарантує постійне вдосконалення і відповідність усім стандартам.

Вимоги щодо управління якістю продукції зібрані у корпоративних стандартах компанії Coca-Cola (KORE) та стандартах Групи компаній Coca-Cola HBC, яких ми дотримуємося. Завдяки цьому усі види нашої діяльності відповідають вимогам глобальних стандартів виробництва та дистрибуції. Регулярно проводяться перевірки щодо дотримання цих стандартів на замовлення Coca-Cola HBC та The Coca-Cola Company.

На виробництві впроваджено вимоги декількох міжнародних стандартів щодо систем управління якістю, харчовою безпекою, впливом на довкілля та впливом на здоров'я та безпеку людей. Підтвердженням впровадження таких міжнародних вимог є сертифікація незалежними органами. Компанія сертифікована за такими стандартами:

- **ISO 9001:2015**
Системи менеджменту якості;
- **ISO 14001:2015**
Системи екологічного менеджменту;
- **ISO 22000:2005, FSSC 22000**
Системи гарантування безпеки продукту;
- **OHSAS 18001:2007**
Системи охорони праці і промислової безпеки.

Усі постачальники інгредієнтів та первинного пакування сертифіковані за схемою GFSI (Глобальна ініціатива щодо харчової безпеки). Контроль матеріалів та отриманих послуг здійснюється через проведення аудитів та перевірок. Існує детальна система відбору та затвердження постачальників інгредієнтів та пакувальних матеріалів.



*Ми вимагаємо дотримання
постачальниками таких самих
вимог щодо якості та харчової
безпеки, яким відповідаємо самі.*



СТРАТЕГІЯ ТА ЦІННОСТІ

Корпоративна соціальна відповідальність та сталий розвиток – невід’ємні складові нашого підходу до ведення бізнесу.

Наші цінності інтегровані у нашу стратегію «Гра на перемогу», яка базується на чотирьох стратегічних принципах:

- соціальна відповідальність;
- відповідність потребам споживачів;
- співпраця з клієнтами;
- бездоганність в управлінні витратами.



КЛЮЧОВІ ЦІННОСТІ НАШОЇ СТРАТЕГІЇ «ГРА НА ПЕРЕМОГУ»:

- **Вірність принципам:** ми діємо справедливо і робимо те, що правильно, а не те, що легко.
- **Досконалість у всьому:** ми прагнемо дивувати швидкістю та своїм ентузіазмом.
- **Навчання:** ми прислуховуємося до інших та зацікавлені вчитися.
- **Турбота про працівників:** ми віримо у наших людей, розвиваємо їх та довіряємо їм.
- **Ми одна команда:** ми віримо у силу командної роботи та внесок кожного у спільну справу.
- **Перемога разом із клієнтами:** наші клієнти – у центрі всього, що ми робимо.



ВИКОНАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ:

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН: Ціль 10. Скорочення нерівності – Завдання 10.2.

Фундаментальним принципом діяльності нашої компанії є забезпечення рівних можливостей для всіх своїх працівників незалежно від походження, соціального та майнового стану, етнічної, расової та національної приналежності, статі, мови, політичних поглядів, релігійних переконань, кольору шкіри, віку, сексуальної орієнтації, місця проживання та сімейного стану.

Стратегія компанії дозволяє нашим людям працювати як одна команда і досягати сталого зростання разом з The Coca-Cola Company, поділяючи чотири основні зобов'язання Системи Компаній Кока-Кола, оголошені у 2013-му, які ми прагнемо виконати до 2020 року:

- **Пропонувати низькокалорійні напої на кожному ринку**
Для забезпечення споживачів більшим асортиментом нашої продукції для всіх випадків ми постійно працюємо над розширенням портфоліо продуктів. Поряд з іншими заходами, зменшення калорійності та скорочення вмісту цукру в напоях є для нас пріоритетним напрямом.
- **Надавати прозору інформацію про харчову цінність, розміщуючи цю інформацію на етикетці**
Ми розміщуємо інформацію про енергетичну та харчову цінність. Етикетки із зазначенням рекомендованої добової норми (РДН) споживання містять інформацію про калорійність. Технічний текст на етикетці інформує

про поживну цінність: вміст білків, жирів, вуглеводів, харчових волокон, натрію. Така інформація дозволяє споживачам свідомо обирати нашу продукцію для задоволення власних харчових потреб.

- **Відповідальний маркетинг разом із відсутністю реклами для дітей віком до 12 років будь-де у світі**
Ми переконані, що наша діяльність з маркетингу та продажу не повинна спрямовуватися на розміщення реклами, аудиторія якої на 35% складається з дітей віком до 12 років. Це необхідно для уникнення негативного впливу на здоров'я наших споживачів та формування культури свідомого споживання нашої продукції.



ПОЛІТИКИ КОМПАНІЇ

У компанії діє низка політик, що визначають позицію та діяльність компанії у тій чи іншій сфері:

- Керівні принципи для роботи з постачальниками;
 - Політика Coca-Cola HBC щодо відповідального маркетингу;
 - Політика компанії щодо дотримання прав людини;
 - Політика компанії щодо здорового способу життя;
 - Політика компанії щодо ВІЛ/СНІД
 - Політика щодо зміни клімату;
 - Політика щодо гігієни та безпеки праці;
 - Політика щодо захисту довкілля;
 - Політика щодо ставлення до генетично модифікованих організмів;
 - Політика щодо управління відходами від споживчої упаковки;
 - Політика щодо управління водними ресурсами;
 - Політика якості та безпеки харчових продуктів.
- та інші

ПРИНЦИП ПОПЕРЕДЖЕННЯ

У нашій діяльності, у межах систем управління, ми реалізуємо принцип попередження, зокрема через ідентифікацію, оцінювання та розроблення заходів для зменшення ризиків, що виникають під час виробництва та дистрибуції продукції. Втілення цього відбувається як за щоденного ведення бізнесу, так і через механізми оцінювання фінансових, операційних та стратегічних ризиків, реалізованих на рівні Групи. Це необхідно для підтримання операційної життєздатності нашого бізнесу та для стратегічного планування подальшої діяльності.



ЧЕСНІСТЬ
У КОМПАНІЇ,
ЧЕСНІСТЬ У
СУСПІЛЬСТВІ

АНТИКОРУПЦІЙНА ПОЛІТИКА

Ми усвідомлюємо важливість відповідального ведення бізнесу та дотримання вимог законодавства в усіх сферах своєї діяльності і використовуємо для цього всі можливі інструменти та механізми, дотримуючись принципу «нульової толерантності» щодо корупції.

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН: Ціль 16. Мир, справедливість та сильні інститути – Завдання 16.6.

СТОСОВНО ПРАЦІВНИКІВ

Для запобігання виникненню випадків корупційного характеру було розроблено **Довідник з питань антикорупційної політики та дотримання нормативних вимог**, який містить вимоги та внутрішні процедури компанії, спрямовані на дотримання чинного законодавства про боротьбу з корупцією та хабарництвом.

Юридичний департамент компанії виконує функції служби комплаєнсу та стежить за дотриманням положень антикорупційної політики. Ця політика покликана проінформувати працівників про те, що таке корупція, описати її прояви, а також містить рекомендовані дії під час виникнення ситуацій корупційного характеру та перелік уповноважених посадових осіб, до яких необхідно звернутися за потреби.

СТОСОВНО КОНТРАГЕНТІВ

Крім працівників компанії, дотримання положень антикорупційної політики поширюється і на консультантів, агентів та будь-яких інших третіх осіб, які діють в інтересах та від імені компанії. У 2017 році ознайомлення усіх бізнес-партнерів із положеннями щодо необхідності уникнення хабарництва під час діяльності компанії досягнуто через обов'язкове підписання **Керівних принципів роботи постачальників**, які містяться в усіх укладених договорах.

Одночасно з антикорупційною політикою до відома працівників **доводиться Кодекс ділової поведінки**, слоганом якого є «Чесність у компанії, чесність у суспільстві». Кодекс містить зобов'язання компанії вести свою діяльність відповідно до визначених цінностей, усіх чинних законів і нормативних актів, а також галузевих стандартів. Він роз'яснює, чого очікують від кожного з працівників, та містить посилання на інші документи, в яких відображена політика та керівні принципи компанії.

Для підвищення рівня обізнаності персоналу щодо положень антикорупційної політики компанія щорічно проводить обов'язкові навчальні програми для працівників з підвищеним рівнем корупційних ризиків.

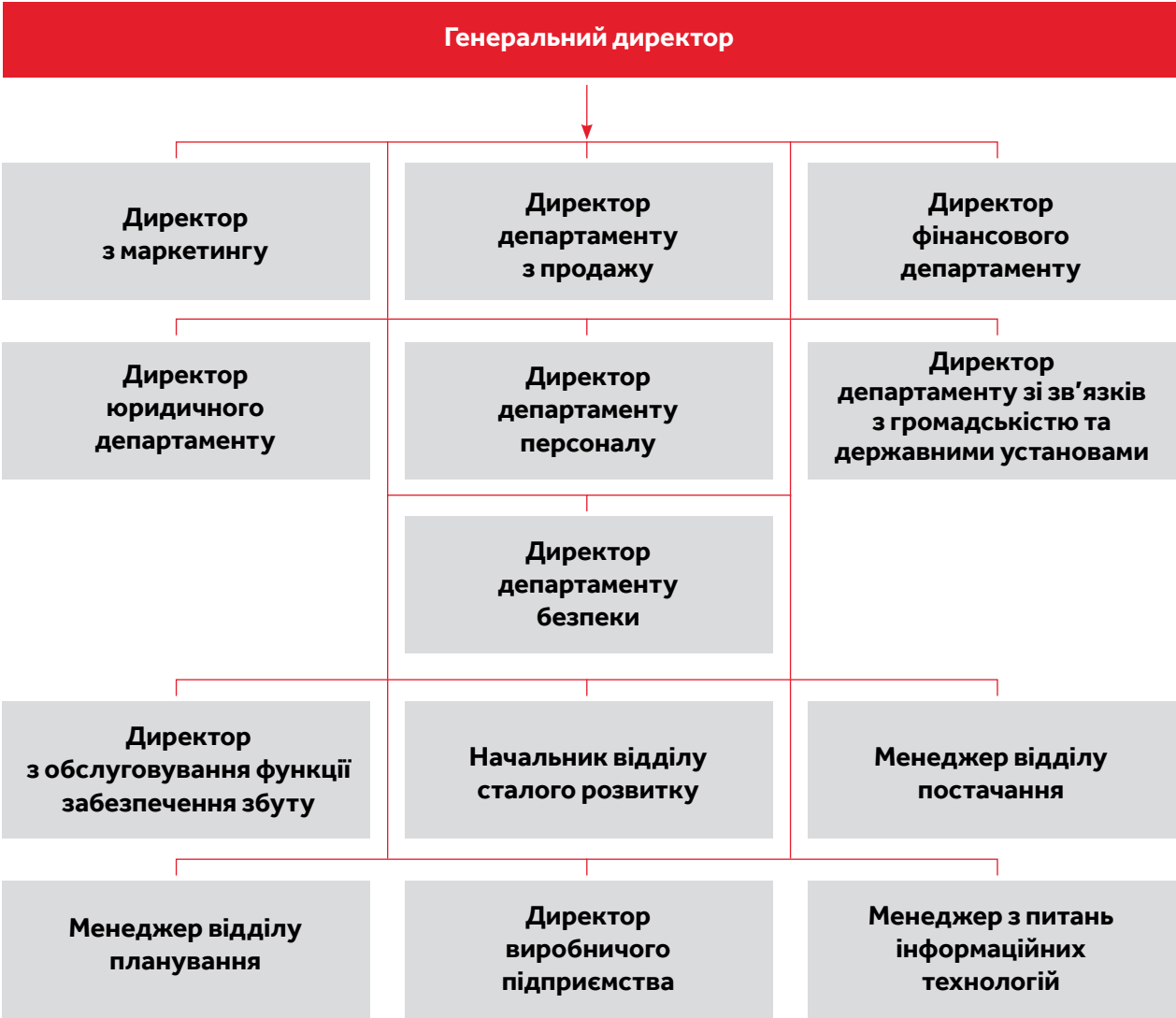
Для цього існує кілька основних способів:

- **внутрішня мережа (інтранет);**
 - **тренінги за участі працівників;**
 - **тренінг-сесії онлайн;**
 - **інформування керівниками підлеглих;**
 - **проведення тижня етики та відповідності**
- та інші.

Таким чином компанія знайомить усіх без винятку працівників із положеннями антикорупційної політики, яка викладена українською та англійською мовами.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ

Управління компанією здійснює команда топ-менеджерів під керівництвом генерального директора.



3 ПЕРСОНАЛ



УСПІХ НАШОГО БІЗНЕСУ
БЕЗПОСЕРЕДНЬО ЗАЛЕЖИТЬ
ВІД НАШИХ ПРАЦІВНИКІВ.
УПРОДОВЖ БІЛЬШ НІЖ 25 РОКІВ
МИ ПОСТІЙНО ПРАЦЮЄМО НАД
ПІДВИЩЕННЯМ ПРИВАБЛИВОСТІ
КОМПАНІЇ ЯК РОБОТОДАВЦЯ,
ПРАГНЕМО ЗАСЛУЖЕНО
УТРИМУВАТИ ПРОВІДНЕ МІСЦЕ
У РЕЙТИНГУ НАЙБАЖАНІШИХ
РОБОТОДАВЦІВ, НАДАЮЧИ
СТАБІЛЬНІ РОБОЧІ МІСЦЯ.

ПРИНЦИПИ РОБОТИ З ПЕРСОНАЛОМ

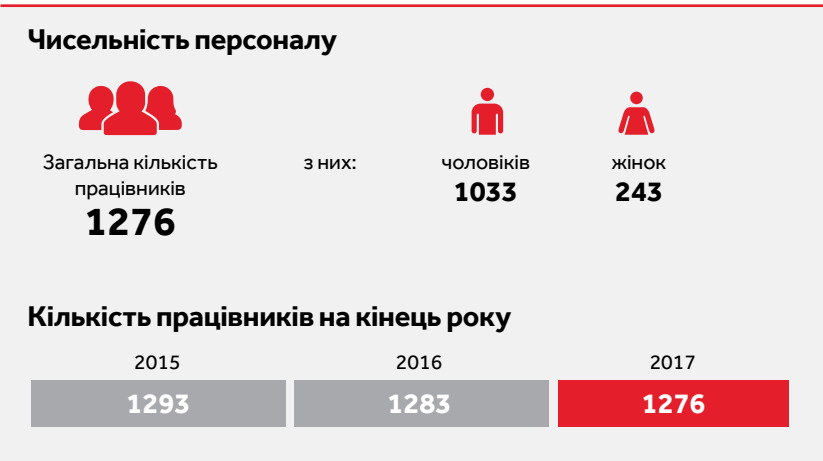
Неодноразово нашу компанію визнавали одним із найкращих роботодавців країни, зокрема у номінаціях: «Найкращий міжнародний досвід», «Найкраща соціальна програма» і «Компанія, у якій мріють працювати» за версією журналу «Бізнес». А також ми увійшли до ТОП-10 найкращих роботодавців за версією журналу Kyiv Post та до ТОП-20 за версією порталу з працевлаштування HeadHunter.

НАША КОМПАНІЯ
УВІЙШЛА ДО
ТОП-3 У КАТЕГОРІЇ
«ВИРОБНИЦТВО
СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ»
У РЕЙТИНГУ НАЙКРАЩИХ
РОБОТОДАВЦІВ УКРАЇНИ
2017 РОКУ ЗА ВЕРСІЄЮ
ЖУРНАЛУ «ФОКУС».

Особливу увагу ми приділяємо залученню до команди молодих лідерів і талановитих людей, які є рушійною силою розвитку нашого бізнесу. Ми долучаємо їх до роботи зі зміцнення партнерства із професійними і бізнес-спільнотами, участі у спільних проектах та ініціативах. Одним із ключових фокусів компанії є співпраця з освітніми закладами. Ми зацікавлені у молодих спеціалістах, яким готові запропонувати як проходження практики, так і перше повноцінне місце роботи.

- Залучати, розвивати та утримувати співробітників ми можемо завдяки:
- сприянню професійному та особистому розвитку персоналу;
 - захисту їхнього здоров'я та добробуту, створенню безпечних умов праці;
 - встановленню відкритих і чесних відносин;
 - дотриманню прав людини;
 - визнанню та нагородженню за результатами діяльності.

Для компанії чітке дотримання усіх законодавчих вимог є справою честі. Тому відповідність нормам Кодексу законів про працю і виконання усіх державних вимог щодо соціального захисту у відносинах між компанією та працівниками вважається непорушним правилом нашого бізнесу.



1276 людей працювало на заводі з виробництва напоїв, у головному офісі та філіях у регіонах станом на кінець 2017 року

Певну роботу, за потреби, виконують підрядні та субпідрядні організації. Зокрема, у звітному періоді ми залучили ззовні 92 людини у сфері продажів (комерційна діяльність), 174 – у виробництві, логістиці та дистрибуції, 47 – для виконання адміністративних функцій, 22 та 65 – для забезпечення харчування працівників та охорони відповідно. Підрядників ми завжди перевіряємо, чи вони відповідають усім нашим вимогам. Загалом 400 зовнішніх працівників було залучено до робіт у 2017 році.



РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

З усіма штатними співробітниками укладаються колективні договори. Це гарантує прозорі умови нарахування заробітної плати та інших виплат, дотримання режиму роботи, надання гарантій у випадку змін у діяльності компанії, дотримання належного рівня безпеки працівників, попередження дискримінації, в тому числі щодо гендерної рівності та трудових відносин тощо. Укладання таких договорів дозволяє встановлювати чіткі правила взаємодії між компанією та працівниками.

НЕФІНАНСОВА МОТИВАЦІЯ

Для нас важливо заохочувати працівників не лише через справедливу оплату праці та фінансове стимулювання, а й через програми різного спрямування, що також суттєво впливають на добробут та захищеність співробітників. Ми надаємо:

- медичне страхування за рахунок компанії;
- компенсацію харчування та наявність їдальні;
- матеріальну допомогу за сімейними обставинами;
- послуги мобільного зв'язку;
- службовий автомобіль;
- ноутбуки та планшети для роботи;
- компенсацію оренди житла під час переїзду;
- безоплатний транспорт до/з місця роботи;
- доплату 100% заробітної плати за лікарняним;
- оплачувані три дні відпустки в особисті особливі дати;
- подарунки до свят співробітникам та їхнім дітям;
- безоплатну продукцію;
- спецодяг, спецвзуття та засоби індивідуального захисту;
- організацію свят та корпоративних заходів.

СУТТЄВІ ЗМІНИ

Від 2017 року компанія покрила більшість витрат на медичне страхування персоналу та провела оновлення автомобільного парку для співробітників відділу продажів. Наше першочергове завдання – надати всім працівникам комфортні умови для праці. З метою покращення умов праці ми розпочали

у 2017 році проект реновації офісу. Забезпечення співробітників ергономічними робочими місцями та облаштованими зонами відпочинку, допомагають підтримувати високий рівень енергії працівників протягом усього робочого дня.



ЗАРОБІТНА ПЛАТА ТА ВИНАГОРОДИ

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН: Ціль 1. Подолання бідності; Ціль 5. Гендерна рівність – Завдання 5.6.; Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання – Завдання 8.3.; Ціль 10. Скорочення нерівності – Завдання 10.2. та 10.4.

У компанії політика визначення заробітної плати розроблена таким чином, щоб забезпечити її конкурентоспроможність на ринку праці, відповідність бізнес-потребам та залежність від ключових результатів бізнесу.

Компанія самостійно проводить усі необхідні відрахування відповідно до

українського законодавства з метою забезпечення соціальної захищеності персоналу, в тому числі і пенсійного забезпечення після завершення трудової діяльності.

Чинна система винагород сприяє розвитку як працівників, так і компанії. Розмір щомісячної (квартальної, річної) винагороди залежить від виконання визначених критеріїв. Наприклад, обсягів продажу та доставки чи ефективності виробництва залежно від специфіки робочих обов'язків, завдань та проектів, які виконує працівник.

Система винагород відповідає основним принципам:

- економічної ефективності;
- простоти та прозорості;
- внутрішньої справедливості;
- конкурентоспроможності на ринку праці;
- прямого зв'язку винагороди з рівнем посади та досвідом, індивідуальним внеском та досягненням стратегічних бізнес-цілей / успіхом компанії.

Оскільки успіх нашої компанії на пряму залежить від наших працівників, головними цілями політики компенсацій та пільг Coca-Cola є:

Залучення: отримання потрібних кандидатів



Утримання: продовження залучення найкращих талантів

Мотивація: досягнення фінансових, бізнес та нефінансових цілей

Заохочення: сприяння мисленню на зростання та досягнення виняткових результатів

НА **22** % зросла середня заробітна плата за 2017 рік порівняно з 2016-м, при тому що рівень інфляції в Україні склав **13,7%**

Підвищення заробітної плати у компанії завжди супроводжується вдосконаленням системи базової та змінної винагороди та відбувається щорічно у травні. Так, середня заробітна плата за 2017 рік зросла порівняно з 2016-м на 22%, що значно перевищило рівень інфляції в Україні (13,7%). При цьому розмір середньої заробітної плати компанії значно перевищує рівень заробітної плати на підприємствах харчової промисловості України, а також середньої заробітної плати у Києві.

Базова заробітна плата та винагорода жінок щодо заробітної плати чоловіків*, %:

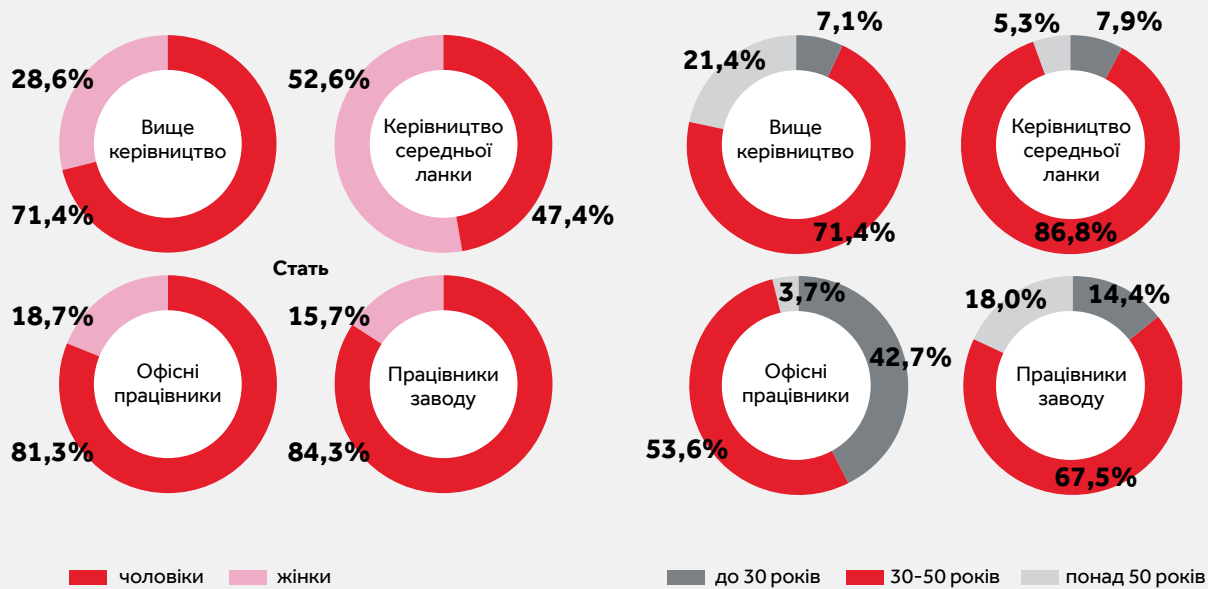
Категорія персоналу	2017	2016	2015
Вищий керівний персонал	65,6	70,5	82,2
Керівництво середньої ланки	88,7	73,7	86,2
Офісні працівники	151,4	167,4	154,1
Працівники заводу	105,0	107,9	117

* Основою розрахунку є заробітна плата чоловіків (100%)

СПЕЦИФІКА

За багаторічну діяльність у компанії склалися певні особливості в оформленні трудових відносин, що зумовлені специфікою наших виробничих процесів, функцій, що виконує наш персонал, практикою наймання персоналу. Трудові відносини переважно оформлюють у вигляді безстрокових трудових договорів.

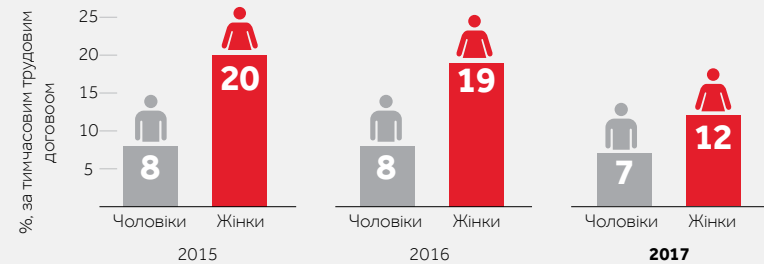
Склад штатного персоналу:



Розподіл персоналу за типом трудового договору :

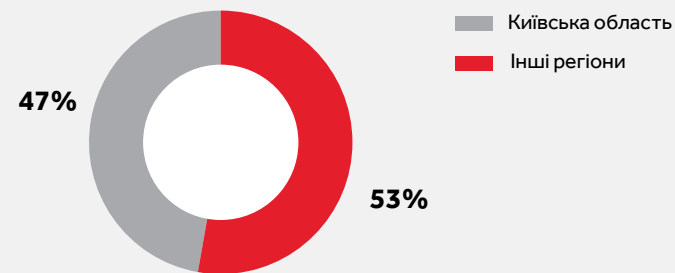
	2015		2016		2017	
	Чоловіки	Жінки	Чоловіки	Жінки	Чоловіки	Жінки
Загальна чисельність працівників	1079	214	1053	230	1033	243
За постійним трудовим договором	993	175	966	186	962	214
За тимчасовим трудовим договором	83	42	87	44	71	29

Персонал, що працює за тимчасовим трудовим договором *



* % від загальної чисельності персоналу

Регіональний розподіл персоналу, % від загальної чисельності



Упродовж останніх років сформувався певний регіональний розподіл персоналу, коли майже половина всього колективу зайнята на виробничій ділянці заводу, де одночасно розташовується і головний офіс. Широка регіональна мережа представництв, що відповідає за реалізацію товару в звітному році, представлена 53% персоналу компанії.

ЗМІНИ У РОЗПОДІЛІ ПЕРСОНАЛУ

У 2017 році незначні зміни в розподілі персоналу за типом наймання у регіонах викликані природним рухом персоналу.

		2017	2016	2015
Офіс	Загальна кількість працівників	249	273	292
	%, за постійним договором	85	90	91
	%, за тимчасовим трудовим договором	15	10	9
Завод	Загальна кількість працівників	319	318	313
	%, за постійним договором	92	94	93
	%, за тимчасовим трудовим договором	8	6	7
Регіональні філії	Загальна кількість працівників	725	692	671
	%, за постійним договором	94	93	92
	%, за тимчасовим трудовим договором	6	7	8

83 %*

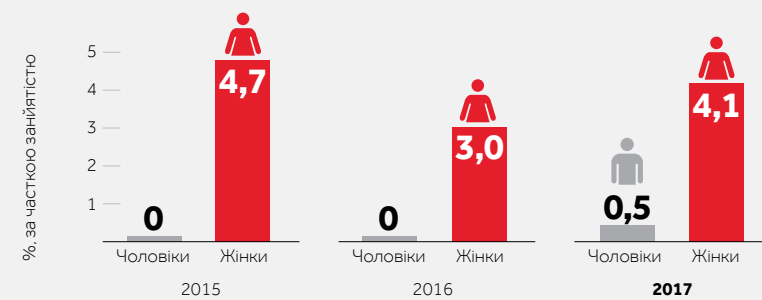
працівників (п'ятеро із шести), що раніше пішли у декретну відпустку та мали повернутися із неї у звітному періоді, стали до роботи

* Коефіцієнт повернення на роботу



ЧАСТКОВА ЗАЙНЯТИСТЬ

У звітному періоді серед персоналу із частковою зайнятістю переважали жінки - 4,1% від загальної чисельності персоналу. У 2017 році лише 5 чоловіків працювали неповний робочий день.



80 %*

(четверо з п'яти) працівників, що пропрацювали понад рік після повернення із декретної відпустки, залишилися працювати далі

* Коефіцієнт утримання на роботі

ДЕКРЕТНА ВІДПУСТКА

Компанія дотримується всіх норм чинного законодавства щодо забезпечення права працівників на декретну відпустку незалежно від статі чи посади. Так, у 2017 році лише жінки скористалися правом на відпустку з догляду за дітьми.

	Чоловіки	Жінки
Працівники, які мали право на декретну відпустку	147	46
Працівники, що скористалися правом на декретну відпустку	0	41



НАЙМАННЯ ПЕРСОНАЛУ

У 2017 році у компанії започатковано важливу традицію для новачка – Welcome Coke. За рік ця традиція стала невід’ємною частиною процесу введення на посаду та знайомства з колективом кожного нового співробітника. Welcome Coke має формат неформальної зустрічі, коли увесь колектив збирається разом для спільного обіду для того, щоб представитися, привітати колегу та побажати наснаги у нових починаннях.

Загалом у 2017 році звільнилося 320 працівників, що становить 25% від загальної чисельності працівників.

МИ ДОКЛАДАЄМО
ЗНАЧНИХ ЗУСИЛЬ
ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ
НАЙКРАЩИХ ФАХІВЦІВ,
ЩО ПОДІЛЯТИМУТЬ
НАШІ ЦІННОСТІ ТА
ДОСЯГАТИМУТЬ НОВИХ
ВЕРШИН РАЗОМ ІЗ
НАМИ.

382

ЛЮДИНИ *

працевлаштувалися у
компанії у звітному періоді,
що становить 30% від
загальної чисельності
працівників станом на кінець
2017 року

> 66,5 %

серед нових працівників –
люди віком до 30 років

* Детальніша інформація щодо найнятого та звільненого персоналу в Додатку А



ДОТРИМАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ

Ми прагнемо забезпечити місце роботи, яке дозволить нашим людям максимально реалізувати їхній потенціал. Ми усвідомлюємо, що залучені та мотивовані співробітники, які працюють з повною самовіддачею задля власного професійного розвитку і зростання, є ключовою складовою довготривалого успіху нашої компанії.

Ми переконані у необхідності налагодження максимально прозорих відносин як між працівниками, так і між колегами та керівництвом, що базуватимуться на взаємній довірі та підтримці і бажанні розвиватися не лише професійно, а й особистісно.

Ми дотримуємося положень Політики дотримання прав людини, що базується на міжнародних принципах, визначених у Всесвітній декларації прав людини, Декларації про фундаментальні принципи та права

на робочому місці Міжнародної організації праці, Глобальному Договорі Організації Об'єднаних Націй (ООН) та Керівних принципах бізнесу та прав людини ООН.

Під час цього річного Тижня етики та відповідності серед інших були проведені тренінги, що охоплювали тематику захисту та дотримання прав людини. У нашій компанії повага до прав людини є частиною нашої культури і основою наших взаємовідносин з усіма.

МЕХАНІЗМ ОПРАЦЮВАННЯ СКАРГ

У компанії діє система обробки скарг та пропозицій, що дозволяє працівникам за потреби повідомити про потенційні порушення відповідальних осіб як при безпосередньому візиті, так і через гарячу лінію. При цьому звернення можуть бути анонімними, тож співробітників, які звернулися зі скаргою на невідповідні практики або інциденти, буде захищено компанією. У 2017 році жодних звернень щодо порушення прав працівників не зафіксовано.

Керівництво компанії дотримується принципів недопущення дискримінації у трудових відносинах за ознаками статі, раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, етнічного, соціального походження, віку, стану здоров'я, підозри чи наявності захворювання на ВІЛ/СНІД, сімейного та майнового стану, сімейних обов'язків, членства у професійній спілці, а також за іншими ознаками, не пов'язаними з характером роботи або умовами її виконання.



ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ТА НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Для нас, як для успішної і динамічної компанії, надзвичайно важливо, щоб наші працівники могли повністю розкрити свій потенціал. Компанія багато інвестує у навчання і розвиток. Ми також надаємо можливість співробітникам бути відповідальними за своє кар’єрне зростання.

ПРОГРАМИ НАВЧАННЯ

Наші програми навчання можна розділити на дві категорії за напрямками:

• **Обов’язкові:** є такими відповідно до норм національного законодавства та в межах Групи Coca-Cola HBC.

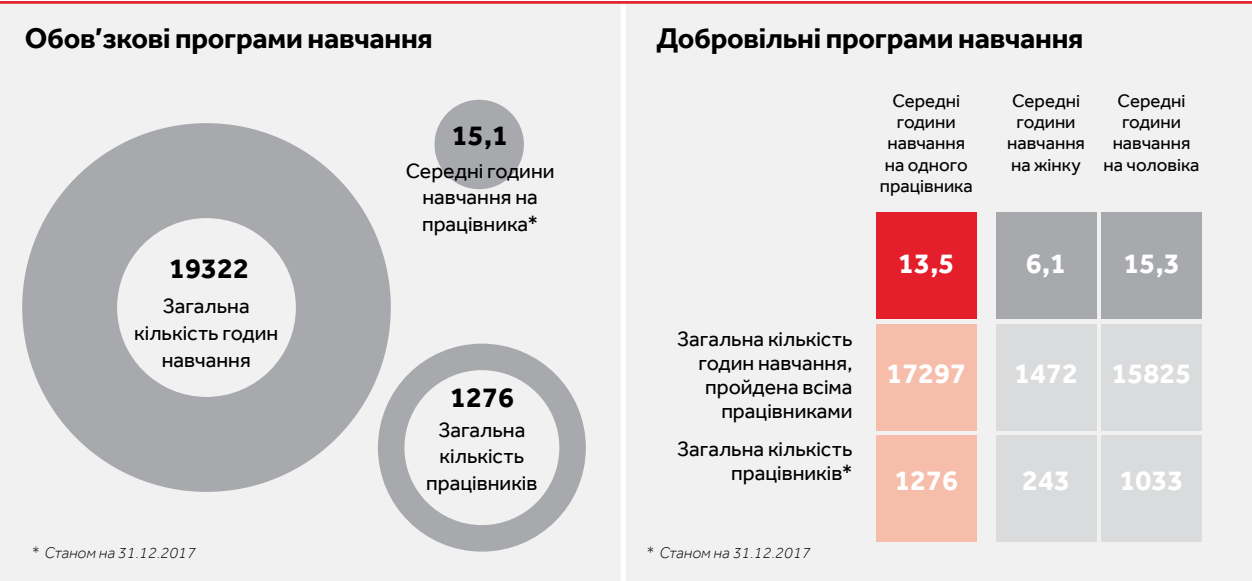
Зважаючи на вимоги законодавства України та міжнародних стандартів на підприємстві було розроблено «Положення про порядок прове-

дення навчання і перевірки знань з питань охорони праці», в якому є наступні види навчання:

- інструктажі з охорони праці під час працевлаштування для всіх працівників і підрядників та на робочих місцях;
- навчання роботі з підвищеної небезпеки у спеціалізованих учбових комбінатах та за допомогою програми «Автоекзаменатор» для водіїв;
- навчання за стандартами для вищого керівництва компанії.

• **Добровільні:** ті, що надає компанія з метою розвитку професійних умінь та навичок, особистісних характеристик працівників.

Для ефективного залучення працівників до програм навчання використовуються всі можливі способи донесення інформації, зокрема через безпосереднє навчання в очній формі – тренінги, заняття, навчання на робочому місці; через онлайн-курси із залученням як власного персоналу компанії, так і тренерів та кваліфікованих спеціалістів ззовні.

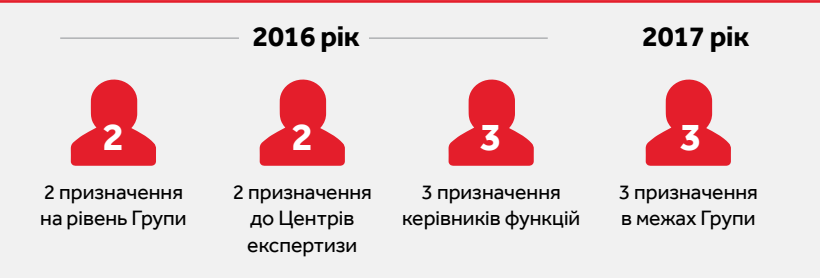


ЕКСПОРТ ТАЛАНТІВ

Ми не просто інвестуємо у розвиток талентів, а намагаємося давати їм можливість отримувати міжнародний досвід, спробувати себе у регіональних ролях, змінювати функції, країни та поповнювати свій кар’єрний досвід новими культурами і географіями.

ПРОГРАМА MANAGEMENT TRAINEE

Протягом двох років учасники програми отримують комплексні знання про те, як функціонує бізнес «Кока-Кола», працюють над різними проектами у межах своїх функцій та активно долучаються до крос-функціональних проектів. Програма побудована за принципом навчання 70-20-10, де 70 – це розвиток на робочому місці, 20 – навчання через співпрацю та 10 – участь у тренінгах. У 2017 році до нас приєдналися 8 нових учасників програми, водночас дехто з учасників попередніх років завершив програму і був призначений на нову і цікаву роль у компанії.



ПРОГРАМИ ПРИСКОРЕНОГО РОЗВИТКУ

Програми прискореного розвитку, завдяки яким спільнота наших лідерів щороку поповнюється новими іменами і новими досягненнями, мають на меті підготовку кадрів на посади вищих рівнів, здатних керувати більшими командами, складними проектами і таким чином ставати наступниками наших лідерів:

- від управління собою до управління іншими (Fast Forward Self to Others);
- від управління іншими до управління керівниками команд (Fast Forward Others to Managers);
- від управління керівниками команд до управління функцією (Fast Forward Managers to Function).

Кожна з програм триває рік і містить унікальний досвід, який учасники отримують, працюючи над реальними проектами, що рухають наш бізнес уперед, долучаючись до крос-функціональних ініціатив, тренінгів, працюючи з менторами і беручи на себе завдання, які розвивають навички, необхідні для розвитку та переходу на наступні рівні.

67 учасників стали випускниками програм прискореного розвитку в 2017 році

36 учасників програм попередніх років отримали підвищення у 2017 році

ПОНАД 20 тренінгів та навчань проведено у межах програм

28 учасників долучилися до програми у 2017 році

ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ

Одним із основних пріоритетів для нас залишається робота щодо залучення персоналу. Вже традиційним для нас стало щорічне опитування співробітників «Мій голос», яке дозволяє колегам висловити свою думку і дає розуміння того, наскільки ті умови, які пропонує компанія, відповідають потребам і очікуванням наших людей, наскільки співробітники розуміють і підтримують цінності компанії.

Відповідно до думки 98% співробітників бізнес-юніту Україна і Молдова, які взяли участь в опитуванні у 2017 році, нам вдалося не лише утримати високу планку, але й покращити свої показники за трьома основними індексами. Для нас це є найкращим підтвердженням правильності та дієвості обраної стратегії «Люди – перш за все».

25 РОКІВ COCA-COLA В УКРАЇНІ

З метою залучення співробітників у компанії протягом року проводяться різні корпоративні заходи. 2017-й запам'ятався наймасштабнішим святкуванням **Дня сім'ї**, лейтмотивом якого стало 25-ліття компанії. Уперше в історії бізнес-юніту Україна і Молдова, а це майже 3300 співробітників та членів їх сімей, у 17 містах святкували День сім'ї Coca-Cola

в один день і час, як справжня велика родина. Завдяки чату учасників святкування кожен, навіть з найвіддаленішого міста в Україні чи Молдові, міг надіслати свої вітання та побажання, поділитися світлинами від святкування у колі своїх рідних і колег. Свято стало прекрасною нагодою відзначити ювілярів: тих, хто відданий «сім'ї Кока-Кола» 5, 10, 15, 20 років.

Крім того, проведено щорічні функціональні конференції, на яких були відзначені найкращі співробітники з різних відділів за номінаціями, святкування Нового року та багато інших заходів, які сприяють залученню та заряджають енергією співробітників компанії. Для підтримки командного духу регіональних команд у 2017 році проведено понад 110 заходів для спільного активного відпочинку, занять спортом або невеликих подорожей для співробітників у різних регіонах України. Зазвичай такі заходи проводяться кілька разів на рік як з ініціативи компанії, так і за запитом працівників, і є невід'ємною частиною життя кожного колективу в кожному з регіонів, де ми працюємо.



Індекс стійкої залученості: 90% (+2 vs 2016 > HPN*)

(показник рівня емоційної залученості до роботи, мотивованості, включеності в роботу, рівня енергії впродовж робочого дня задля досягнення компанією найкращих результатів)

Індекс слідування цінностям: 92% (+1 vs 2016)

(показник розуміння цінностей компанії та підтримки цих цінностей)

Індекс амбасадорства: 96% (+1 vs 2016)

(показник емоційної та раціональної прихильності до продуктів і сервісу компанії)

* HPN (HighPerformanceNorm) – глобальний середній показник, що формується за результатами 28 міжнародних компаній з високими фінансовими показниками (середні фінансові показники за останні три роки вище середнього в індустрії) та високим рівнем залученості співробітників.

3300

людей у 17 містах одночасно
святкували День сім'ї
Coca-Cola

213

працівників-ювілярів було
нагороджено та відзначено
у 2017 році

MIT

Проект MIT (Market Impact Team) – одна з важливіших ініціатив для регіональних команд та компанії загалом, оскільки об'єднує як офісних працівників, так і торговельних представників з різних регіонів для приведення торгових точок у відповідність до стандартів компанії на ключових територіях для розвитку бізнесу. У 2017 році такими територіями були місто Одеса та Азовське узбережжя. 27 співробітників з різних регіонів України та Молдови протягом тижня зробили неоціненний внесок у підготовку цих територій до сезону та краще познайомилися з роботою торгових команд.

ВІДКРИТІ МОЖЛИВОСТІ

Програма відкритих можливостей, спрямована на сприяння працевлаштуванню людей з інвалідністю, існує у компанії понад 5 років. Працівники з обмеженими можливостями є в кожному департаменті компанії, найбільше працевлаштовано у таких департаментах, як фінансовий, юридичний та роботи з персоналом. Працівники з інвалідністю повністю інтегровані у життя компанії та всього колективу.



ЗДОРОВ'Я ТА БЕЗПЕЧНІ УМОВИ ПРАЦІ

Вкрай важливою ціллю для нас як компанії, що усвідомлює свою відповідальність за здоров'я та життя своїх працівників і працівників інших організацій, є досягнення рівня безпеки на робочих місцях, який унеможливував би виникнення будь-яких нещасних випадків чи захворювань, що можуть виникнути під час виконання посадових обов'язків.

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН:

Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя – Завдання 3.6.

Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання – Завдання 8.5.

СТАНДАРТИ

Одним із стандартів у сфері охорони праці є міжнародний стандарт OHSAS 18001:2007, який потребує виконання вимог нормативно-правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних та лікувально-профілактичних засобів та методів, що спрямовані на створення безпечних умов праці. Дотримання вимог стандарту дозволяє нам налагодити систему проведення попереджувальних заходів, що базуються на оцінюванні ризиків. Результатом впровадження у компанії стандарту OHSAS 18001:2007 є постійне покращення умов праці та зниження травматизму на підприємстві.

На підприємстві створено Комітет з питань охорони здоров'я та безпеки праці. Щовівторка Комітет збирається та аналізує невідповідності, які виявлені під час щоденних обходів з охорони праці.

У перший понеділок місяця керівництво відділу охорони праці та структурних підрозділів складу готової продукції та складу сировини та матеріалів ініціюють зустрічі задля вирішення питань щодо покращення технічного стану автотранспорту.

У 2017 році сталося дві дорожньо-транспортні пригоди за участі

торговельних представників компанії. Водії отримали легкі травми. Ще один працівник травмувався під час падіння на території торговельної точки. Усі працівники вчасно отримали медичну та матеріальну допомогу.

За кожним випадком, відповідно до вимог законодавства України, були проведені розслідування, встановлені причини та впроваджені заходи щодо їх усунення. Крім того, на підприємстві розслідуються та реєструються всі випадки травматизму працівників.

ЗАПОБІГАННЯ ПРОФЕСІЙНИМ ЗАХВОРЮВАННЯМ

Кожні п'ять років, зокрема і в 2017-му, компанія проводить атестацію робочих місць для визначення умов праці. За її результатами були визначені усі необхідні обов'язкові компенсації та гарантії працівникам.

Згідно із законодавством України, з метою запобігання професійним захворюванням щороку на підприємстві та під час працевлаштування проводяться медичні огляди працівників – коштом компанії та за результатами атестації робочих місць, зважаючи на дію шкідливих чинників.

Слід наголосити, що станом на кінець 2017 року в компанії діють дві профспілкові організації: одна представляє команду з продажів у регіонах країни та Києві, друга – працівників заводу Крім того, від 2010 року в компанії діє Рада трудового колективу на чолі з представником, якого обрали шляхом голосування та який представляє інтереси всіх працівників.

ІП «КОКА-КОЛА
БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА»
УЖЕ ПОНАД **10** РОКІВ
ПРАЦЮЄ ЗА СТАНДАРТОМ
OHSAS 18001:2007,
ВІДПОВІДНІСТЬ
ВИМОГАМ ЯКОГО
ПІДТВЕРДЖУЄТЬСЯ
ЩОРІЧНИМ АУДИТОМ



Випадки травматизму

Показник
травматизму
(IR)*

1,3

(3 нещасні випадки
на 2279128 робочих
годин в 2017 році)

Показник
втрачених
днів
(LDR)**

24,5

(56 втрачених днів
на 2279128 робочих
годин)

* На мільйон відпрацьованих годин

** На мільйон відпрацьованих годин; втраченими вважаються заплановані робочі дні; рахунок таких днів починається з першого дня після інциденту

НЕЩАСНІ ВИПАДКИ
НА ВИРОБНИЦТВІ
З ЛЕТАЛЬНИМИ
НАСЛІДКАМИ ВІДСУТНІ.

4 ДОВКІЛЛЯ



КОМПАНІЯ ЧІТКО РОЗУМІЄ
ВПЛИВ СВОЄЇ ДІЯЛЬНОСТІ
НА НАВКОЛИШНЄ ПРИРОДНЕ
СЕРЕДОВИЩЕ І БЕРЕ НА СЕБЕ
ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ІЗ ЗАХИСТУ
ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ДОВКІЛЛЯ.
ЩОРОКУ МИ ВИЗНАЧАЄМО
НОВІ АМБІТНІ ЦІЛІ З ДОСЯГНЕННЯ
ЕКОЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ.
ПРІОРИТЕТНИМ ПИТАННЯМ
У ЗАХИСТІ ДОВКІЛЛЯ
ДЛЯ НАС Є РАЦІОНАЛЬНЕ
ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ
РЕСУРСІВ, ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ,
ЗМЕНШЕННЯ ВИКИДІВ CO₂,
СКОРОЧЕННЯ ОБСЯГІВ
УТВОРЕННЯ ВІДХОДІВ ТА
ЗБІЛЬШЕННЯ КІЛЬКОСТІ ЇХНЬОЇ
ПЕРЕРОБКИ.



УПРАВЛІННЯ ВОДНИМИ РЕСУРСАМИ

Вода – життєво необхідний ресурс нашої планети, а також невід’ємне джерело для забезпечення життєдіяльності громад, де ми працюємо. На нашому підприємстві основним інгредієнтом продуктів та обов’язковою складовою більшості виробничих процесів є саме вода. Компанія чітко усвідомлює роль води у життєдіяльності суспільства, тому бере на себе зобов’язання з постійного вдосконалення водоспоживання на виробництві.

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН: Ціль 6. Чиста вода та належні санітарні умови
Завдання 6.3. та 6.4.

НАШ ПІДХІД

У межах програми Top 10 Water Savers, що є обов’язковою для усіх заводів Групи, ми впроваджуємо проекти з повторного використання води, для прикладу, використання води після очищення для технічних потреб виробництва, а саме миття автотранспортних засобів, поливу зелених насаджень на території заводу та багато іншого.

Від початку діяльності на території нашого заводу функціонує потужна станція біологічного очищення виробничих стічних вод. На території очисних споруд є декоративний ставок, наповнений виключно очищеною водою, у якому дуже багате різноманіття червоних карпів та інших риб. Передова система очищення стоків унеможливує скидання неочищеної води у водойми.



ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА
НАПОЇВ ЗАВОД
ВИДОБУВАЄ
АРТЕЗІАНСЬКУ ВОДУ
ІЗ **10** СВЕРДЛОВИН
СЕНОМАНСЬКОГО ТА
ЮРСЬКОГО ВОДОНОСНИХ
ГОРИЗОНТІВ. ГЛИБИНА
СВЕРДЛОВИН – **220**
ТА **390** МЕТРІВ
ВІДПОВІДНО.

НАШІ ДОСЯГНЕННЯ

У межах програми з відповідального управління водними ресурсами The European Water Stewardship (EWS) наша компанія другий рік поспіль отримує найвищу відзнаку. Незалежні аудитори органу сертифікації The European Water Partnership нагороджують нашу компанію сертифікатом золотого зразка. Отримання золотого сертифіката означає для нас:

- повну відповідність вимогам національного законодавства та міжнародним нормам;
- зниження бізнес-ризиків, пов’язаних із використанням води;
- демонстрацію соціальної відповідальності.



ВИКОРИСТАННЯ ВОДИ У ВИРОБНИЦТВІ

Уся вода, що використовується для виробництва наших напоїв, відповідає, а у деяких випадках навіть перевищує стандарти, затверджені Всесвітньою організацією охорони здоров’я та законодавством України. Протягом року уся продукція проходить незалежні тестування на відповідність параметрам харчової безпеки в незалежних лабораторіях.

Щорічну перевірку якості та безпечності води на відповідність вимогам національних та міжнародних стандартів здійснює «Кока-Кола Беверіджиз Україна» разом із компанією SGS Інститут Fresenius (Німеччина).

Об’єм повторно використаної води – 5110 м³, що становить 0,5% від загального обсягу використаної води.

Відповідно до державного оцінювання геологічних запасів, проведеного у 2017 році, за останні п’ять років фактичний водозабір складає не більше 41% від затверджених державних норм.

СТІЧНІ ВОДИ

Контроль якості стічних вод на виробництвах компанії здійснюється щоденно. Стічні води очищаються до параметрів, які повністю відповідають вимогам місцевого законодавства та стандартам The Coca-Cola Company. Процеси очищення води можна відстежувати за допомогою автоматизованої системи контролю обладнання, що діє на підприємстві.

Виробничі та господарсько-побутові води у повному обсязі проходять очищення на станції біологічного очищення для доведення їх до санітарних норм перед скиданням у річку Трубіж.

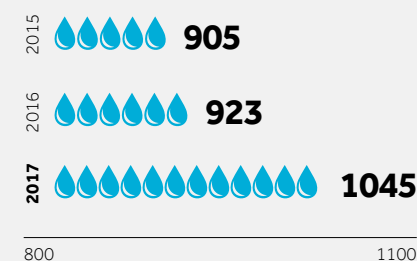
Водовідведення організовано із дотриманням усіх законодавчих та корпоративних вимог. Жодних стягнень через порушення норм законодавства у звітному році не зафіксовано.

Місце скидання стічних вод у річку Трубіж розроблено відповідно до проекту будівництва станції очищення стічних вод та погоджено із державними органами влади. Воно розташовано за межами заводу та населених пунктів.

36 % МЕНШЕ
(порівняно з 2004-м)
води компанія
використала
у 2017 році

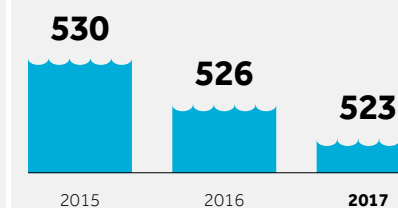
На виробництві впроваджено довгостроковий план зі зменшення використання водних ресурсів. У 2017 році ми використали води на 18% менше порівняно з 2010-м та на 36% менше порівняно з 2004-м.

Використання води за джерелами*, тис. м³

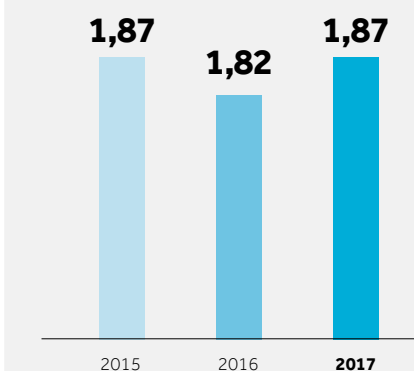


*Значення, отримані за вимірами лічильників

Динаміка утворення та скидання стічних вод на підприємстві, тис. м³



Показник використання води, л/літр готового напою



ЕНЕРГІЯ ТА ЗМІНИ КЛІМАТУ

З метою зосередження уваги на актуальній загрозі зміни клімату ми затвердили жорстку стратегію щодо скорочення викидів вуглекислого газу. Екологічна ініціатива нашої компанії спрямована на боротьбу з глобальною зміною клімату та зменшення викидів CO₂ в атмосферу.

Внесок до Цілей Сталого Розвитку ООН: Ціль 7. Доступна та чиста енергія – Завдання 7.1 та 7.4.;
Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання – Завдання 8.2.

СКОРОЧЕННЯ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ

Реалізація обов'язкових програм Coca-Cola HBC, таких як Top 18 Energy Savers, сприяє підвищенню енергоефективності. Ефективніше використання енергії зменшує витрати та допомагає скоротити викиди CO₂ в атмосферу.

18 МЛН ЄВРО

інвестувала компанія у модернізацію виробничих процесів та раціональне використання ресурсів у 2017 році

У 2017 році ми зменшили інтенсивність споживання енергії порівняно з 2010* роком на

36 %

Приклади таких заходів:

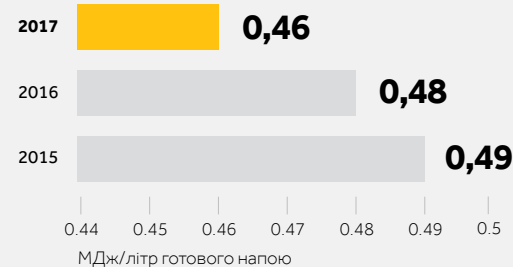
- встановлення частотних перетворювачів для регулювання систем охолодження – скорочення використання електроенергії на **48 000 кВт*год/рік**;
- встановлення системи LED-освітлення в офісі та на квадрогенераційному заводі – скорочення використання електроенергії на **30 000 кВт*год/рік**;
- проект додаткової ізоляції трубопроводів квадрогенераційного заводу – **50 000 кВт*год/рік**;
- проект зі зниження температури пастеризації соків – **120 000 кВт*год/рік**.

На **248 000 кВт*год** енергії за рік вдалося скоротити загальне енергоспоживання лише завдяки цим заходам.

Завдяки реалізації проектів з підвищення ефективності використання енергоресурсів у вигляді електроенергії, теплової енергії, пари та стисненого повітря вдалося скоротити енергоспоживання на **4 759 200** МДж** у 2017 році.

Показником енергоємності, що використовує компанія, є показник загальних обсягів використання всіх видів енергії на літр виготовленого напою.

Показник енергоємності, МДж/літр готового напою



* Базовий рік для порівняння

** Теоретичний розрахунок до впровадження ініціатив/проектів, реальний моніторинг результатів, порівняння з попередніми періодами

СПОЖИВАННЯ ЕНЕРГІЇ

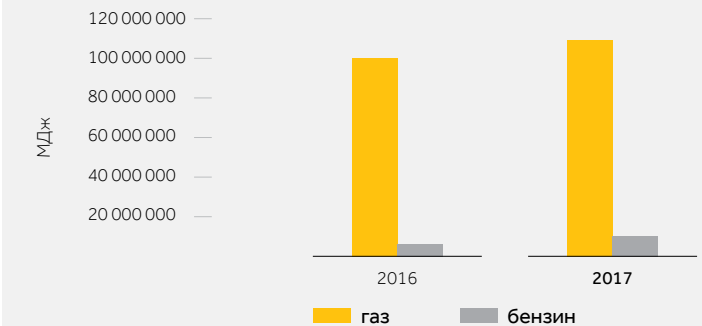
Енергоносіями, що використовує компанія, є природний газ, який застосовують для виробництва електроенергії, енергії тепла, холоду та вуглекислого газу (CO₂), що генерується квадрогенераційним заводом. Іншим суттєвим енергоносієм є бензин для транспорту підприємства. Також компанія закуповує незначну частину електроенергії з мережі.



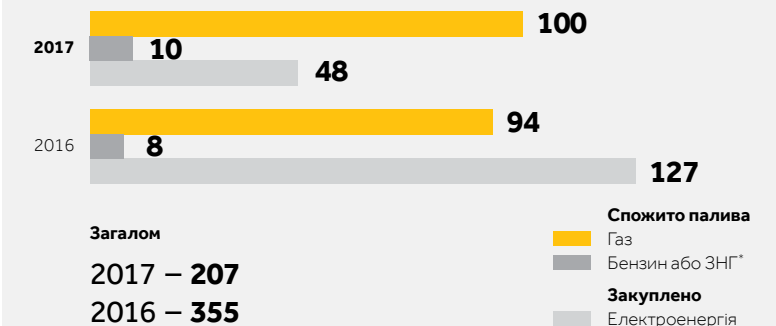
Загальне споживання енергії за 2017 рік становило

207 МЛН. МДж

Споживання палива з невідновлюваних джерел, МДж/рік

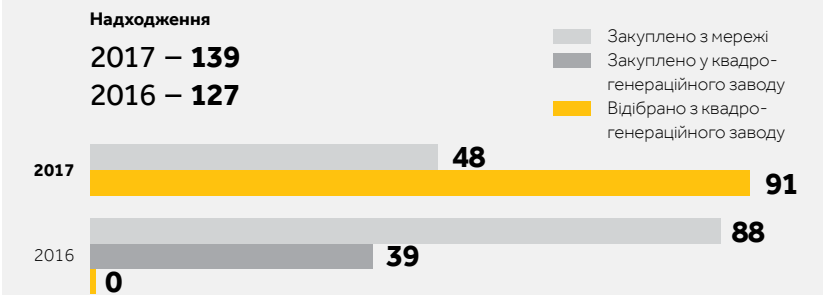


Джерела енергії, млн. МДж



* Зріджений нафтовий газ

Споживання електроенергії, млн. МДж



КВАДРОГЕНЕРАЦІЙНИЙ ЗАВОД

У 2012 році на території «Кока-Кола Беверіджиз Україна» запрацював перший в Україні квадрогенераційний завод, який 2016-го перейшов під безпосереднє керівництво компанії. Квадрогенераційний завод виробляє електроенергію, енергію тепла, енергію холоду та вуглекислий газ (CO₂) та на 35% забезпечує потреби у них нашого заводу з виробництва напоїв.

Природний газ є основним джерелом палива для двох газопоршневих двигунів, які генерують електроенергію. Двигуни під час роботи утворюють пару, яка нагріває воду для потреб виробництва. Теплообмінники, у свою чергу, охолоджують воду, яка теж використовується у різних процесах. Комбіноване використання генераторів електроенергії, тепла та охолодження гарантує високу економічну та технічну ефективність проекту і значно менше впливає на довкілля.

Минулого року на квадрогенераційному заводі було впроваджено безліч проектів, спрямованих на енергозбереження. Впроваджено освітлення, частотне регулювання двигунів, знижено витрати електроенергії та води, максимально автоматизовано всі можливі процеси, впроваджено щоденний моніторинг за витратами енергоресурсів.

МИ ОТРИМУЄМО **35%**
ВСІЄЇ ЕНЕРГІЇ З **ЧИСТИХ**
ДЖЕРЕЛ

Інвестуючи у розвиток власного заводу з виробництва електроенергії та інших енергоресурсів, таких як холод, пара та тепло, компанія інвестує у власну енергетичну незалежність і таким чином постійно працює над зменшенням викидів CO₂ в атмосферу.

Спожито холоду (власного виробництва) в 2017 році – **5 820 768 МДж** проти **9 064 080 МДж**, закупленого у 2016 році, із скороченням споживання енергії холоду на 62%.

У 2017 році компанія отримала почесний диплом переможця Загальноукраїнської програми «Екологія, довкілля та природокористування в Україні – 2017» за здобутки у впровадженні екологічно безпечних, енергоефективних і ресурсозберігальних технологій.



НА **40%**

скоротилися викиди CO₂ завдяки роботі квадрогенераційного заводу

НА **32%**

збільшилася енергоефективність на виробництві завдяки інноваційним технологіям

ВИКИДИ

Для нашого бізнесу критично важливим є втілення проектів зі скорочення викидів задля запобігання подальшим змінам клімату.

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН: Ціль 11. Сталий розвиток міст і громад – Завдання 11.5.

За 2017 рік через впровадження ініціатив, спрямованих на підвищення енергоефективності та раціонального використання ресурсів, вдалося попередити утворення понад 1 279 тонн* CO₂ в еквіваленті.

Обсяги викидів від стаціонарних джерел, що утворюються під час виробничих процесів, контролюються відповідно до встановленого графіка моніторингу та повністю відповідають допустимим нормам законодавства.

* У перерахунку на порівнянні сукупних викидів за межами застосування 1 та 2

НА **14.2%**

скоротився показник інтенсивності викидів парникових газів у 2017 році у порівнянні із 2016-м

Прямі та непрямі енергетичні викиди CO₂ тонн в еквіваленті

		2017	2016
Межі застосування 1 **	Прямі викиди від споживання викопних видів палива	5647	5171
	Транспорт компанії	5392	5712
	Викиди охолоджувальних речовин холодильного обладнання	586	581
	Прямі викиди продукції (CO ₂ у напоях)	781	717
	Загальні викиди	12 405	12 182
Межі застосування 2 ***	Викиди від закупленої електроенергії	9879	10 691
	Викиди від закупленої пари, гарячої води та охолодження	789	1533
	Викиди від спожитої електроенергії поза виробничим майданчиком	179	126
	Загальні викиди	10 847	12 350
Сукупні річні викиди, тонн CO₂		23 253	24 532

** Межі застосування 1 включають види діяльності під операційним контролем компанії, визначені в Керівництві щодо вуглецевого сліду. При підрахунку CO₂ включені CO₂, NH₄, N₂O, HFC, PFC. При розрахунках використовувався Протокол викидів парникових газів: Корпоративний стандарт обліку та звітності. Фактори розрахунку CO₂е: рухомі та стаціонарні джерела: Інструментарій Протоколу викидів парникових газів; холодоагенти: ПГП МГЕЗК 2007. CO₂ біогенного походження не використовувався в 2017 році.

*** Межі застосування 2 включають види діяльності під операційним контролем компанії, визначені в Керівництві щодо вуглецевого сліду. При підрахунку CO₂ включені CO₂, NH₄, N₂O, HFC, PFC. При розрахунках використовувався Протокол викидів парникових газів: Корпоративний стандарт обліку та звітності. Фактори розрахунку CO₂е: рухомі та стаціонарні джерела: Інструментарій Протоколу викидів парникових газів; електроенергія: Межі застосування 2 Керівництво щодо подвійної звітності ППГ.

Інтенсивність викидів парникових газів

Річний показник викидів, грам CO ₂ /літр готового напою	48,39	41,52
	2016	2017

Інші значні викиди, тонн/рік

Азоту оксид	4 480	5 295	6 216
Кислота оцтова	7 524	8 358	7 436
	2015	2016	2017

МАТЕРІАЛИ УПАКОВКИ ТА ВІДХОДИ

Ми збільшуємо використання утилізованих та відновлюваних матеріалів та втілюємо технології зменшення ваги пластикової тари. Збір, відновлення та утилізація також є ключовими завданнями для зменшення нашого впливу на довкілля.

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН: Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво – Завдання 12.1. та 12.4.

Ми прагнемо мінімізувати вплив нашої упаковки на навколишнє середовище на кожному етапі її існування. Ми робимо це, дотримуючись наступних принципів:

- зменшення;
- відновлення;
- повторного використання.

Зменшення кількості матеріалів для упаковки вдалося досягти через:

- зменшення ваги пластикової пляшки;
- ретельний відбір постачальників сировини та матеріалів тощо.

НА **16** %
менше пластику (ПЕТ)
порівняно з базовим
2010 роком завдяки
впровадженню програм
зменшення використання
пакувальних матеріалів

ЦІЛЬ ДО 2020 РОКУ:

20% ЗАГАЛЬНОЇ КІЛЬКОСТІ ПЕТ,
ЯКУ МИ ВИКОРИСТОВУЄМО,
МАЄ ВИГОТОВЛЯТИСЯ
З ПЕРЕРОБЛЕНОГО ПЕТ
ТА/АБО ПЕТ ІЗ ВІДНОВЛЮВАНИХ
РЕСУРСІВ

Динаміка використання матеріалів, т/рік

	2017	2016	2015
Заготовки ПЕТ	20 740	22 051	20 710
Скло	3 169	2 722	2 258
Алюміній	1 047	805	819
Сталь	36	30	25
Композитний картон	713	748	772
Пластикові кришки	1 202	1 082	910
Пластикові етикетки	285	220	184
Паперові етикетки	7	7	5
Плівка	1 762	1 535	1 445
Картон	808	720	673

ВІДХОДИ

Розуміючи вплив відходів на довкілля, компанія працює над тим, аби скоротити його. У нас відходи старанно розділяють і сортують, а потім передають на переробку та повторне використання.

Так, у 2017 році кількість відходів, що переробляються, склала **86,3%**. 0,3 грама на літр готового напою – поточний показник кількості відходів, що потрапляють на звалище внаслідок діяльності нашої компанії в Україні. У 2010 базовому році цей показник становив 0,8 грама.

Поводження з відходами передбачає передання їх на переробку, а саме здійснення технологічних операцій, пов'язаних із зміною фізичних,

хімічних чи біологічних властивостей відходів з метою підготовки їх до екологічно безпечного зберігання, перевезення, утилізації чи видалення. Такі дії виконує спеціальна організація, що має всі необхідні дозвільні документи щодо поводження з відходами, з якою ми уклали відповідний договір.

Обираючи компанію, що відповідає тим же за переробку відходів нашої компанії, наші спеціалісти перевіря-

ють діяльність претендентів щодо відповідності вимогам наявності відповідного обладнання, чинних дозвільних документів та відповідного поводження з відходами компанії.

Результатом нашої політики поводження з відходами є суттєве скорочення кількості утворених відходів у 2017 році в порівнянні із попередніми роками: із 2015-им – зменшення на 16,7%; із 2016-им – зменшення на 10%.

НА **10** %
скоротилося утворення
відходів порівняно з 2016
роком

Динаміка утворення безпечних* відходів, т/рік

2017	986
2016	1095
2015	1184

Динаміка утворення небезпечних* відходів, т/рік

2017	12
2016	21
2015	10

* Безпечними та небезпечними відходами вважаються відходи, що належать до таких категорій виданих дозвільних документах у сфері поводження з відходами

Частка відходів, що підлягає повторному використанню, %

2017	86,3
2016	88,3
2015	86,5

ХОЛОДИЛЬНИКИ

79 000+ загальна кількість холодильників, що використовувалися для продажу нашої продукції в Україні.

16 000+ екологічні фреонові холодильники без озоноруйнуючих речовин. Це 20,6% усіх холодильників, що використовувалися для продажу нашої продукції в Україні.



5

НАША РОЛЬ НА РИНКУ



МИ ПРАГНЕМО ПРОПОНУВАТИ НАШИМ СПОЖИВАЧАМ ШИРОКИЙ АСОРТИМЕНТ НАПОЇВ ДЛЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ЇХНІХ ПОТРЕБ ТА СМАКІВ. ТОМУ НАШЕ ПОРТФОЛІО МІСТИТЬ ПРОДУКТИ З НИЗЬКИМ ВМІСТОМ ЦУКРУ ТА БЕЗ ЦУКРУ, ЙОГО АСОРТИМЕНТ ПОСТІЙНО ЗБІЛЬШУЄТЬСЯ ТА РОЗРОБЛЯЄТЬСЯ ДЛЯ ТОГО, ЩОБ ВІДПОВІДАТИ СУЧАСНИМ РІЗНОМАНІТНИМ СТИЛЯМ ЖИТТЯ.

НАШ ШЛЯХ УПЕРЕД

У Системі Компаній Кока-Кола ми запроваджуємо зміни для того, щоб дати споживачам в усьому світі більший вибір напоїв. Ми забезпечуємо зручніші упаковки меншого об'єму та знижуємо кількість доданого цукру в існуючих напоях у всьому світі. Це наш новий напрямок руху.

ВСЕРЕДИНІ ПЛЯШКИ

Зменшення цукру

Ми підтримуємо та втілюємо в життя рекомендації Всесвітньої організації охорони здоров'я щодо зниження щоденної кількості калорій, отриманих людиною з цукром, до 10%.

Еволюція напоїв

Ми шукаємо способи зробити наші напої кращими і пропонуємо нові вишукані смаки, що допоможе нам задовольняти смаки споживачів, які швидко змінюються.

Різноманітні напої

Ми – Компанія Кока-Кола, але ми розуміємо, що не всі п'ють солодкі газовані напої. Тому окрім них ми випускаємо багато інших напоїв, таких як холодний чай, соки, питну воду та знайомимо наших споживачів у різних країнах світу з новими категоріями напоїв, таких як кокосова вода, кавові напої, напої на основі рослинного молока та багато інших.

НАЗОВНІ

Менша та зручніша упаковка

Ми робимо меншу упаковку у більшості країн. Близько 40% брендів газованих напоїв Компанії у світі доступні в упаковці 250 мл чи меншій.

Усвідомлений вибір

Для того, щоб вибір споживачів був повністю усвідомленим, ми даємо чітку та зрозумілу інформацію про продукт, яку легко знайти на етикетках наших напоїв.

«Ні» рекламі для дітей

Згідно з нашою довгостроковою політикою, ми старанно стежимо за тим, щоб не спрямовувати рекламу на дітей молодше 12 років. Це правило стосується всіх продуктів та брендів, які ми виробляємо і продаємо.

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

Наші маркетингові програми повною мірою відповідають законам, нормам та рекомендованим кодексам щодо маркетингової комунікації, які стосуються реклами, рекламних заходів та спонсорства. Ми особливо уважні до ринкової відповідальності та до пропагування здорового та активного способу життя.

У 2009 році ми стали першою компанією в індустрії з виробництва напоїв, яка зробила маркування на фронтальному боці етикетки (включно з калоріями, кілокалоріями чи кілоджоулями) глобальним зобов'язанням майже для всіх продуктів до кінця 2011-го. У 2012 році ми були серед 12 компаній, що підписали новий Регламент ЄС про надання споживачам інформації про харчові продукти, добровільну правову основу для маркування рекомендованої добової норми споживання.

Інформація про харчову цінність допомагає людям здійснити вибір, що задовольняє їхні потреби. Наше маркування на фронтальному боці чітко показує вміст калорій, жиру, насиченого жиру та солі як в абсолютних величинах, так і в процент-

ному співвідношенні до добового споживання. Зазначені показники розраховані на порцію та як співвідношення для здорового харчування. Це допомагає споживачам розуміти точний вплив окремого напою на їхнє добове споживання енергії (калорій) та цукру і контролювати свою вагу.

Ми дотримуємося відповідального маркетингу незалежно від того, де ведемо свою діяльність, у всіх рекламних медіа та для всієї нашої продукції, особливо коли це стосується дітей.

Споживачі можуть звернутися до нас зі скаргами, запитаннями та за роз'ясненнями за телефоном гаря-

чої лінії, що зазначений на кожній одиниці виробленої продукції.

Повага до прав батьків та опікунів – це основоположний елемент нашої політики щодо відповідального маркетингу. Ми не рекламуємо продукцію дітям до 12 років, а також співпрацюємо з дистриб'юторами з метою дотримання аналогічних зобов'язань.

Наше зобов'язання щодо відповідального маркетингу також передбачає допомогу під час розробки промислових кодексів поведінки, зокрема зобов'язання Союзу європейських виробників напоїв (UNESDA).

Для максимальної прозорості та відповідальності ми **здійснюємо моніторинг** того, як ми дотримуємося зовнішніх зобов'язань, за допомогою **аудитів третіх сторін**. Вони підтверджують значну відповідність зобов'язанням (між 90% та 100%). Це дало багато істотних результатів, які заохочують нас і надалі працювати у цьому напрямі.



ЗАКУПІВЛІ

Закупівлі – це важлива складова нашого бізнесу, адже від них багато в чому залежить якість виробленої продукції. Закупівлі присутні майже в усіх сферах діяльності компанії – від забезпечення необхідними ресурсами заводу до доставки продукції у точки продажів.

Завдяки централізації закупівель, удосконаленню процесів підбору та налагодження процесів тестування і перевірки продукції для вибору найкращої пропозиції у 2017 році нам вдалося скоротити показник списаної сировини та матеріалів, що не відповідають вимогам якості.

Не менш важливим є гарантування відсутності негативного впливу постачальників та ланок ланцюга постачання через дотримання ними всіх вимог законодавства, а також норм та правил Системи Компаній Кока-Кола.

ОЦІНЮВАННЯ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ЗА КРИТЕРІЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Оцінювання постачальників інгредієнтів і матеріалів щодо відповідності критеріям сталого розвитку – багаторічна практика компанії. Основним показником при цьому є наявність авторизації з боку The Coca-Cola Company, яка необхідна під час закупівлі інгредієнтів і первинної упаковки, що безпосередньо контактує з напоями. За авторизації постачальник проходить соціальний аудит та аудит на відповідність інгредієнтів і матеріалів вимогам щодо якості, встановленим The Coca-Cola Company.

Щороку проводиться оцінювання всіх постачальників компанії за критеріями сталого розвитку як за прямих, так і непрямих закупівель.

Усі постачальники компанії оцінюються за фактом виконання послуг і отримують певний рейтинг. Оцінка, отримана постачальником після закінчення робіт, використовується для визначення переможця у наступних тендерних відборах і враховується в історії співпраці.

Після успішного проходження тендерних процедур та затвердження постачальника у договір із ним обов'язково додають положення Керівних принципів роботи з постачальниками. Без дотримання цієї умови або обґрунтованої підозри чи наявності доказів щодо порушення цих принципів компанія не співпрацюватиме із потенційним або вже затвердженим постачальником.

Удосконалення процесів відбору постачальників і підрядних організацій та управління відносинами з ними відповідно до передових практик в сфері сталого розвитку – один із ключових напрямів закупівельної діяльності у 2017 році.

100 %

нових постачальників підписали Керівні принципи роботи з постачальниками у 2017 році

КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ РЕГУЛЮЮТЬ ТАКІ ПИТАННЯ:

- дотримання прав людини у трудовій сфері;
- здоров'я та безпека працівників;
- дитяча, примусова праця та жорстоке поводження;
- винагорода та компенсації;
- екологічні практики;
- конфлікт інтересів;
- подарунки, частування і розваги;
- хабарництво тощо.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАКУПІВЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Coca-Cola HBC як один із лідерів ринку завжди крокує в ногу з часом. Тому у 2017 році ми започаткували проект EcoVadis в Україні. Система EcoVadis спрямована на вдосконалення діяльності організацій щодо навколишнього середовища і суспільства через посилення впливу

глобальних ланцюжків постачань. Компанія EcoVadis створила першу платформу для спільної роботи, що дозволяє контролювати показники сталого розвитку своїх постачальників у 150 галузях і 110 країнах. Система оцінювання та зручні інструменти моніторингу EcoVadis дозволяють

компаніям управляти ризиками та впроваджувати екологічні інновації в свої глобальні ланцюжки постачань. Найбільші у світі міжнародні корпорації вже обрали інструмент EcoVadis для оцінювання своєї глобальної бази постачальників у понад 95 країнах, і ми також приєдналися до них.

Початковий рівень



- реєстрація на платформі
- онлайн-опитування
- збір документів

Аналіз анкети та постачальника працівниками EcoVadis



Показники та моніторинг ефективності



21 КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ В СИСТЕМІ ECOVADIS



Екологічні:

енергоефективність і викиди парникових газів, водокористування, біорізноманіття, локальні забруднення, матеріали, відходи, життєвий цикл продукції, підтримка збалансованого способу життя споживача, відповідальне споживання.



Етичні:

корупція і хабарництво, монополістична практика, управління інформаційною безпекою.



Соціальні:

промислова безпека, умови праці, кар'єрне зростання, управління знаннями та навчання, дитяча та примусова праця, дискримінація, права людини.



Ланцюг постачання:

екологічні показники, відносини з місцевими громадами.

СПІВПРАЦЯ З МІСЦЕВИМИ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

«Кока-Кола Беверіджиз Україна» робить вагомий внесок в економічний розвиток України, з року в рік збільшуючи частку закупівель у місцевих постачальників. Так, у 2017 році кількість місцевих постачальників становила 95%. Крім стимулювання економічної активності країни, такий підхід сприяє розвитку бізнесу місцевих постачальників та узгодженню діяльності з міжнародними стандартами якості та охорони довкілля.

Для підвищення ефективності управління роботою з контрагентами та фінансового планування компанія скорочує їхню кількість під час непрямих закупівель завдяки нарощуванню обсягів постачання, а також побудові довгострокових відносин. За прямих закупівель компанія навпаки прагне розширити конкуренцію, обмежену на сьогодні невеликою кількістю постачальників, які пройшли спеціальні процедури відбору компанії.

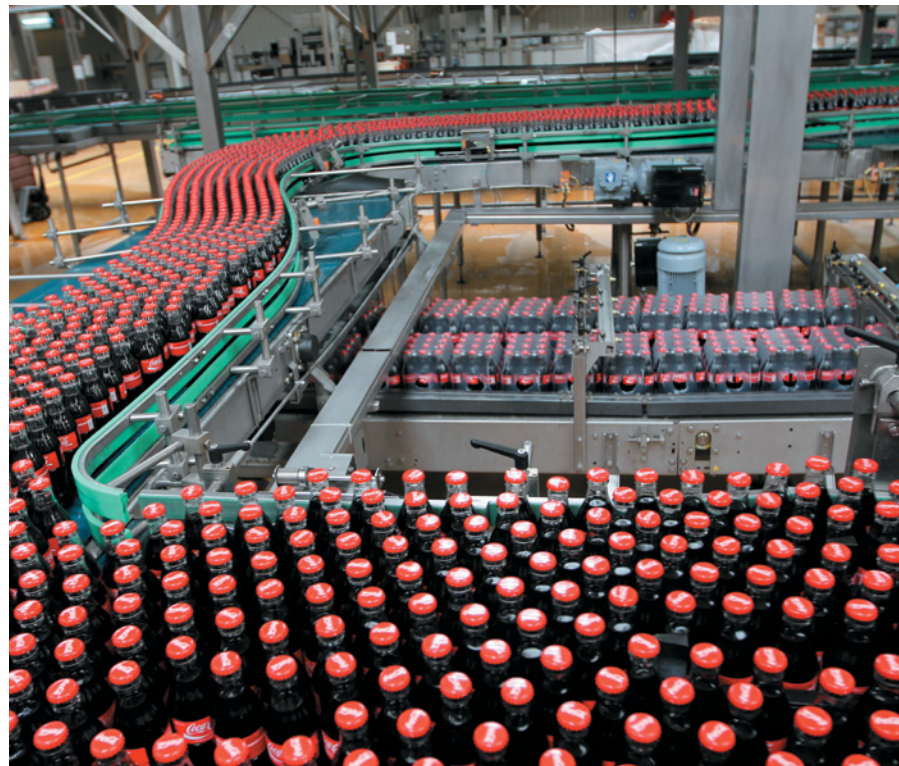
Загалом у 2017 році 69% витрат на закупівлі становили витрати на продукцію та послуги українських компаній.

95%
становить частка
місцевих постачальників
у загальному обсязі
закупівель компанії

УСПІШНІ ПРАКТИКИ ВІДДІЛУ ЗАКУПІВЕЛЬ

Ефективна робота відділу закупівель безпосередньо впливає на підвищення ефективності бізнесу через зменшення витрат коштів та часу, сприяння впровадженню нових технологічних рішень та новітнього обладнання. Окрім прямих економічних вигод, прогресивні закупівельні практики є важливою умовою сталого розвитку компанії.

Відділ закупівель – найважливіший партнер операційних підрозділів компанії, що перебуває у постійному пошуку нових рішень і шляхів вдосконалення наявних процесів. Функції цього відділу не обмежуються вибором постачальників, також він проводить оцінювання результативності їхньої роботи і регулярно надає їм зворотний зв'язок. Завдяки цьому підвищується рівень обслуговування компанії і з'являється більше можливостей для сталого розвитку бізнесу разом зі своїми діловими партнерами.



НОВА ПРАКТИКА ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ

Компанія запровадила нову практику поводження з відходами через вдосконалення процесу збирання та сортування відходів виробництва, які мають ресурсну цінність. Проблема полягала в тому, що не для всіх відходів виробництва, які мали велику ресурсну цінність і які можна було повторно переробляти, були впроваджені механізми контролю над збиранням, сортуванням та зважуванням таких відходів для подальшої реалізації.

У межах спільного проекту відділів закупівель та сталого розвитку, виробництва та складу було поставлено ціль зменшити обсяг відходів, збільшити частку ресурсних матеріалів, придатних для повторного використання та розробити прозору процедуру поводження з відходами.

Завдяки цьому:

у 3,6 разів
зросли надходження
від продажу відходів,
придатних до повторного
використання

77%
коштів на утилізацію
відходів було
заощаджено

Ми розробили новий механізм, який передбачає:

- відмову передання несортованих відходів на утилізацію;
- збільшення місць сортування відходів за окремими видами;
- обов'язкове зважування відходів на автоматичних вагах компанії перед вивезенням;
- впровадження нового прозорого механізму ціноутворення;
- проведення аудиту щодо вимог із сортування відходів на лініях потенційних постачальників послуг з утилізації та переробки відходів;
- розробку нових технічних вимог та критеріїв оцінювання постачальників.



ПРОДАЖІ

У 2017 році найбільшу частку продажів становила продукція солодких газованих напоїв. Частка безкалорійної продукції та продукції зі зниженим вмістом калорій удвічі менша, але ці напої показують стабільну динаміку зростання.

Поява безкалорійної Coca-Cola Zero, яка вийшла на ринок у 2017-му, суттєво вплинула на обсяги продажів, та склала 3,6% від загального обсягу проданої продукції. У майбутньому передбачається більший фокус на виробництво безкалорійних та напоїв зі зниженим вмістом калорій.

23,3%
продажів складають напої зі зниженою калорійністю та безкалорійні

Обсяги продажів,% від загальної кількості упаковок		2017	2016	2015
Газовані напої	Солодкі	52,4	54,1	53,3
	Солодкі зі зниженою калорійністю та безкалорійні	23,3	19,7	18,7
	Енергетичні напої	0,8	0,8	0,8
Негазовані напої	Вода	13,5	14,2	16,0
	Соки	4,2	4,7	5,4
	Чай	5,5	6,3	5,5
Алкогільні напої	Алкогільні напої	0,3	0,3	0,3

Під час реалізації продукції ми користуємося такими каналами:

- **Канали сучасної торгівлі** – передбачають безпосередній контакт покупця із продукцією: продажі через мережі супер- та гіпермаркетів, заправних станцій, кінотеатрів, заклади харчування, в тому числі готелі, ресторани, кафе.

- **Традиційні канали продажу** – покупець отримує продукцію «через прилавок»; продажі «на ходу», у невеликих магазинах біля дому, також у готелях, ресторанах, кафе та на заправних станціях.
- **Оптові продажі** – продажі продукції великими партіями.

Обсяги продажів, % від загальної кількості упаковок продукції			
	2017	2016	2015
Сучасні канали продажу	46,5	45,3	36,9
Фрагментовані продажі	46,6	49,3	4,7
Оптові продажі	6,7	5,0	58,1
Інші	0,2	0,4	0,2

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ

Клієнтоорієнтованість – головна цінність нашого бізнесу. Для нас це означає побудова справжнього партнерства, що формує сталу цінність та вигідний розвиток як для нашої компанії, так і для наших клієнтів. Нашими клієнтами є гіпермаркети, супермаркети, дискаунтери, кіоски, заправні станції, кінотеатри, парки

відпочинку, готелі, ресторани та кафе. Шукаючи нові шляхи перемоги на ринку, ми прагнемо бути пріоритетним постачальником для всіх наших клієнтів. Аби цього досягти, ми розробили всебічний набір ініціатив, передбачених для створення дружніх відносин з клієнтами та забезпечення ефективної роботи.

КЛІЄНТИ – У ЦЕНТРІ
ВСЬОГО, ЩО МИ РОБИМО

ДОСКОНАЛІСТЬ

Наша програма забезпечення безперервної відповідності потребам споживачів та досконалості на ринку зосереджується на п'яти основних принципах:

- **Наявність.** Розміщення нашої продукції в межах легкої доступності для споживачів у відповідній упаковці у відповідному місці та у відповідний час.
- **Доступність.** Пропонування широкої низки бажаних продуктів преміум-класу в упаковках відповідно до ситуації та за відповідну ціну.
- **Прийнятність.** Постачання широкого та постійно зростаючого асортименту продуктів, що відповідають найвищим стандартам якості в кожній країні, вдосконалення їх прийнятності для споживачів. Наш досвід щодо контролю якості, обслуговування клієнтів та ефективної дистрибуції у поєднанні з глибоким розумінням потреб споживачів та доступом до найефективніших каналів комунікації дозволяє нам наблизитися до клієнтів та споживачів на кожному нашому ринку, а також відповідати їхнім потребам.

- **Активізація.** Мотивування споживачів на вибір наших продуктів через вдосконалення наявності та привабливості продуктів у місцях купівлі, а також зміцнення брендів на наших локальних ринках.
- **Ставлення.** Ми прагнемо бути постачальником, якого обиратимуть. Для основних роздрібних клієнтів ми також запровадили ідею формування спільної цінності, побудовану на розумінні того, що безалкогольні напої пропонують значний розвиток не лише для нас, але й для них.

90 000
ЗАМОВНИКІВ

співпрацюють з компанією
«Кока-Кола Беверіджиз Україна»

ПОРТФОЛІО ТА СЕГМЕНТАЦІЯ КАНАЛУ

Наша стратегія OBPPC (Occasion, Brand, Package, Price, Channel, дослівно – Нагода, Бренд, Упаковка, Ціна та Канал) це стратегія збільшення продажів, в центрі якої стоїть покупець. Ми пропонуємо людям правильний продукт, у правильному пакуванні, за правильною ціною та за правильної нагоди.

НАГОДА

Компанія Coca-Cola HBC пропонує низку різноманітних продуктів, що задовольняють потреби покупців у будь-якому каналі та за будь-якої нагоди. Ми забезпечуємо пов'язаність наших брендів та пакувань з найбільш відповідними нагодами задля зростання кількості торговельних операцій. Наприклад, для газованих безалкогольних напоїв ми, основним чином, зосереджуємось на нагоді «з їжею» як для одно- так і для багатопорційних пакувань.

БРЕНД

Ми пропонуємо споживачам широкий вибір брендів у різних категоріях. Люди можуть обирати з-поміж газованих напоїв, таких як легендарна Coca-Cola, а також інших популярних брендів, наприклад, Sprite та Fanta. Ми також пропонуємо вибір між безалкогольними газованими напоями з цукром, з низьким вмістом цукру та без цукру. Для тих, хто надає перевагу негазованим безалкогольним напоям, ми пропонуємо повний асортимент негазованих напоїв, таких як соки, холодний чай, енергетичні напої та вода.

УПАКОВКА

Наша продукція представлена у різноманітному асортименті упаковки, що постійно розширюється та відповідає сучасним різноманітним стилям життя. Наша упаковка тісно пов'язана з нагодами при споживанні продуктів. Ми пропонуємо напої у малих металевих банках та пластикових пляшках для людей, які рухаються, а сімейні мульти-пакування допомагають людям святкувати особливі події вдома. У преміум-сегменті сподобається наша скляна упаковка в готелях, ресторанах та кафе.

ЦІНА

Доступність лежить в основі наших пропозицій. Наше завдання – відповідати потребам і можливостям різних споживачів.

КАНАЛ

Гіпермаркети, дискаунтери, ресторани чи маленький зручний магазин поблизу – для кожного каналу у нас є відповідний асортимент продукції. Наші знання щодо структури покупок дозволяють нам розуміти мотивацію покупців у будь-якому каналі. Завдяки цьому, а також нашій довготривалій співпраці з різними клієнтами, ми розробили портфоліо таким чином, щоб наші клієнти були задоволені правильним асортиментом продукції, яку люди шукають у їхніх торгових точках.

ОЦІНКА З БОКУ КЛІЄНТІВ

Щороку компанія оцінює рівень задоволеності замовників співпрацею з нами та рівнем сервісу. Незалежна агенція GfK проводить опитування замовників по торговельних точках у каналах традиційної торгівлі та ключових замовників. Мета – визначити, як оцінюють нас замовники у порівнянні з конкурентами:

• **щодо якості сервісу** (це професійність торгової команди, маркетингова підтримка, легке розміщення замовлення та вчасна доставка, швидкість вирішення проблем, комерційна політика, відповідність

і робота обладнання). Ця оцінка визначається як рейтинг щодо найважливіших вимог/сторін роботи:

• **щодо ефективності взаємовідносин**, тобто лояльності наших замовників (чи легко з нами вести бізнес, чи все ми робимо правильно з першого разу, чи буде замовник рекомендувати нас іншим).

Ключові замовники вже третій рік поспіль оцінили нас як найкращого постачальника! Це досягнення стало можливим завдяки команді відділу по роботі з ключовими

замовниками та інших відділів, що складають одну крос-функціональну команду. Такий довготривалий успіх є підтвердженням не лише якості сервісу та процесів, але й свідчить про постійне зростання нашого рівня, оскільки щороку очікування замовників підвищуються. Серед замовників роздрівної торгівлі за рівнем ефективності взаємовідносин ми посіли Лігу 1. І це виклик для нас на майбутнє: довести, що ми – такі найкращий постачальник.



6 ГРОМАДИ



КОМПАНІЯ «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖІЗ УКРАЇНА» ІНВЕСТИУЄ НЕ ТІЛЬКИ У ВИРОБНИЦТВО, ДИСТРИБУЦІЮ, МАРКЕТИНГ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ, ТОБТО НЕ ЛИШЕ У БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ. ВОНА ІНВЕСТИУЄ І У СОЦІАЛЬНІ ПРОЕКТИ, ВКЛАДАЮЧИ ЧАСТКУ СВОЄЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У РОЗВИТОК КРАЇНИ І СУСПІЛЬСТВА. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК Є НЕВІД'ЄМНОЮ ЧАСТИНОЮ КУЛЬТУРИ НАШОЇ КОМПАНІЇ.

НАШІ ІНВЕСТИЦІЇ У РОЗВИТОК ГРОМАД ЗОСЕРЕДЖЕНІ НА ТРЬОХ КЛЮЧОВИХ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМАХ, ЯКІ МИ ВИЗНАЧИЛИ З ОГЛЯДУ НА СОЦІАЛЬНІ ПОТРЕБИ В УКРАЇНІ: РОЗВИТОК МОЛОДІ, ДБАЙЛИВЕ СТАВЛЕННЯ ДО ДОВКІЛЛЯ ТА ДОБРОБУТ МІСЦЕВИХ ГРОМАД.



РОЗВИТОК МОЛОДІ

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН: Ціль 4. Якісна освіта – Завдання 4.5. та 4.7.; Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання – Завдання 8.4.; Ціль 10. Скорочення нерівності – Завдання 10.2.

ПРОГРАМА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО НЕЗАХИЩЕНОЇ МОЛОДІ YOUTH EMPOWERED

Проект започаткували ще у 2014 році, коли під час подій на сході України до Центру соціальної реабілітації «Смарагдове місто» міста Святогірська (Донецька обл.) переселили майже 500 дітей з восьми інтернатів зони АТО. Компанія Coca-Cola однією з перших почала активно допомагати Центру.

Відтоді ми відправили вихованцям 12 благодійних караванів з одягом, взуттям, медикаментами, засобами особистої гігієни, водою та соками; забезпечили обладнанням 4 спортивні кімнати, а також професійною сушильною машиною; організували екскурсії, майстер-класи, випускні вечори. Водночас ми думали про майбутнє дітей і їхній розвиток в освітньому напрямі, щоб навіть той, хто має найменші шанси, але хоче вчитися далі, досяг більшого успіху.

У 2015 році спільно з партнером – громадською спілкою «Освіторія» – компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» запровадила Програму розвитку соціально незахищеної молоді у «Смарагдовому місті». Мета проекту – допомогти молоді отримати доступ до освіти, визначитися з майбутньою професією і таким чином забезпечити собі краще майбутнє.



У межах проекту проведені мотиваційні тренінги із залученням волонтерів компанії, тестування за всесвітньовідомим тестом з профорієнтації «Magellano університет» та консультації досвідченого психолога за результатами тесту. Крім того, освітні заклади були забезпечені повністю укомплектованими комп'ютерними класами, що дозволяє учням готуватися до ЗНО на онлайн-платформі iLearn, яка містить курси та вебінари з основних предметів.

ПЕРША ПРОФЕСІЯ

У деяких навчальних закладах відкрито додаткові курси «Перша професія», де діти можуть навчитися перукарській майстерності, столярній справі або кулінарії та отримати навички першої професії.

77% учасників програми вступили до вишів за підсумками минулого року. Зазвичай вступ до вишів дітей з інтернатів становить менше 10% (аналітика CEDOS (Centre for Society Research), 2016-2017 н.р.). Також завдяки програмі 55% учасників обрали професію за покликанням. Крім того, третій рік поспіль компанія організувала свято для випускників «Смарагдового міста». Влаштувати його допомогли волонтери компанії, які стали справжніми чарівниками: перукарями, візажистами, фотографами.

77%

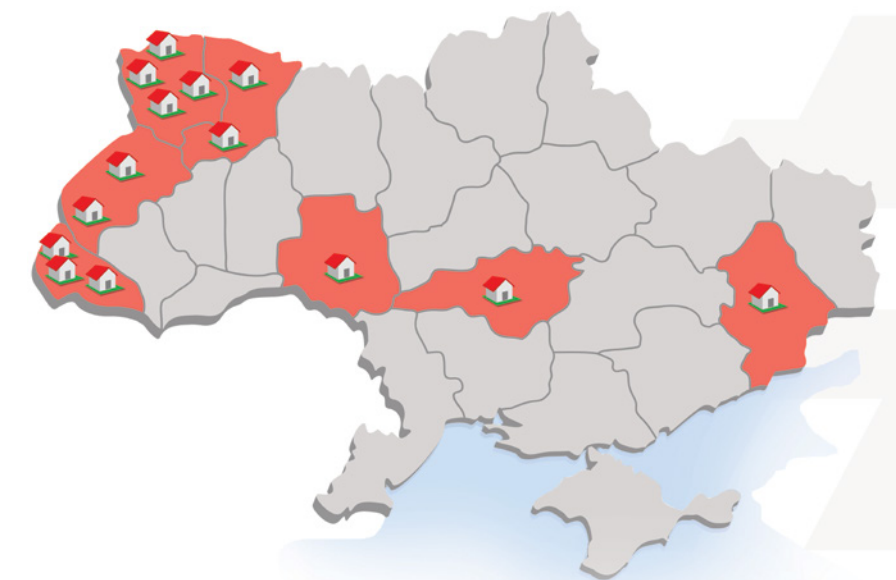
учасників програми вступили до вишів за підсумками 2016-2017 навчального року

СЛІД НАГОЛОСИТИ, ЩО «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА» Є ПІДПИСАНТОМ УКРАЇНСЬКОГО ПАКТУ ЗАРАДИ МОЛОДІ-2020, МЕТА ЯКОГО – ОБ'ЄДНАТИ ЗУСИЛЛЯ КОМПАНІЙ, ДЕРЖАВИ ТА ОСВІТИ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ.



14 ШКІЛ-ІНТЕРНАТІВ ПОНАД 1000 ВИПУСКНИКІВ У 7 ОБЛАСТЯХ УКРАЇНИ

ГЕОГРАФІЯ ПРОЕКТУ



2015-2016 – Пілотний проект у «Смарагдовому місті»
2016-2017 – 6 інтернатів, 5 областей
2017-2018 – 14 інтернатів, 7 областей

ДБАЙЛИВЕ СТАВЛЕННЯ ДО ДОВКІЛЛЯ

ПРОГРАМА «ЗЕЛЕНИЙ ДЕНЬ»

У квітні 2017 року відбувся 12-й «Зелений день Кока-Кола». Цього разу працівники головного офісу «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» заклали сквер неподалік заводу на честь 25-ліття в Україні, чим започаткували низку подій з цієї нагоди. Під час заходу висадили понад 250 дерев та кущів. А праців-

ники регіональних офісів та члени їхніх сімей вийшли на всеукраїнське прибирання, щоб очистити від сміття парки та береги річок і озер у 29 містах України. Для команди «Кока-Кола» участь у «Зеленому дні» — це прекрасна нагода показати, що ековідповідальність є частиною нашого повсякденного життя.

875

волонтерів
об'єднав «Зелений
день» у 29 містах
України



700

КГ

пластику зібрали
під час змагання
«Пластикові скарби»

ПІЛОТНИЙ ПРОЕКТ З РОЗДІЛЬНОГО ЗБОРУ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ У М. ВИШГОРОД

Наша компанія є частиною групи, до якої входять 28 країн, в основному країни ЄС. У більшості з них вже давно працює система розширеної відповідальності виробників, коли бізнес бере на себе відповідальність за збір та подальшу переробку упаковки, що випускає на ринок. Саме за такий шлях розвитку стратегії поводження з відходами і виступає наша компанія.

Проект передбачає створення інфраструктури — встановлення контейнерів для роздільного збору твердих побутових відходів, їх вивезення, досортування та відправку на переробку, а також проведення освітньої роботи серед населення. За результатами проведеного у Вишгороді дослідження, 86% містян готові сортувати тверді побутові відходи.

Проект у Вишгороді демонструє, як працює система розширеної відповідальності, а аналіз результатів проекту дозволить у майбутньому масштабувати систему по всій країні.

ДЕНЬ ДУНАЮ

Наша компанія підтримує святкування Дня Дунаю, щоб разом із партнерами — неурядовими організаціями, місцевою владою — пропагувати серед населення дбайливе ставлення до водних ресурсів, залучати громади до очищення берегів, організовувати локальні системи з управління відходами. У 2017 році такий захід відбувся у м. Тячеві Закарпатської області. На святі наші працівники урочисто передали громаді Тячева контейнери для роздільного збору відходів. Це вже шостий населений пункт на Закарпатті, де за підтримки компанії удосконалюється система управління відходами. У межах заходу підбили підсумки екологічного змагання серед юних тячівців «Пластикові скарби», завдяки якому зібрали 700 кг пластику. Протягом останніх 10 років святкування Дня Дунаю в басейні річки Тиса стало гарною екологічно-просвітницькою традицією.

Пілотний проект з роздільного збирання був запущений у місті Вишгороді нашою компанією разом з іншими компаніями — членами Української пакувально-екологічної коаліції у листопаді 2017 року.



ДОБРОБУТ ГРОМАД

Доброю практикою для компанії є підтримка та організація волонтерських поїздок до дитячих будинків та інтернатів.

У 2017 році до Дня знань волонтери компанії відвідали 6 закладів, де виховуються та навчаються 767 дітей, та подарували усім вихованцям шкільну форму, взуття, канцелярію, набори для творчості, а ще якісно провели час в іграх та спілкуванні з дітьми, надихнувши їх на успішний навчальний рік.

У День Святого Миколая у головному офісі було влаштовано благодійний ярмарок, на якому представили вироби ручної роботи, виготовлені дітьми з дитячих будинків. Усі виторговані на ярмарку кошти передали на допомогу цим дитячим будинкам. Окрім того, співробітники філій у різних куточках України долучилися до «благодійного каравану»: завдяки зусиллям волонтерів компанії свята з іграми, костюмованими героями та подарунками відбулися у 20 дитячих будинках та інтернатах.

ДЕНЬ ДОНОРА

За статистикою, Україна належить до тих країн світу, в яких критично не вистачає донорської крові. Тому компанія традиційно двічі на рік проводить акцію «Здай кров – врятуй життя» спільно з Київським центром крові. За останні 5 років ми провели вже 9 таких акцій, що стало доброю традицією.



79

співробітників компанії стали донорами крові у 2017-му. Зібрано понад 38 літрів крові

ЗБЕРЕЖЕННЯ ЗАМКОВОЇ СПАДЩИНИ

Щорічно ми долучаємося до відродження перлини української архітектури – Підгорецького замку у Львівській області. Величний чотирьохсотлітній замок внесений до Переліку 100 пам'яток світу, що потребують негайної реставрації. У 2017 році волонтери Львівської філії долучилися до реставрації залів, фарбували стіни, ремонтували вікна, чистили каміни, прибирали зали і територію палацу.



1000+

СПІВРОБІТНИКІВ компанії та членів їхніх сімей залучено у волонтерські ініціативи компанії протягом 2017 року

7,5

% співробітників долучились у робочий час

51

% співробітників долучились у вільний час

ВПЛИВ НА МІСЦЕВУ ЕКОНОМІКУ

Внесок до Цілей сталого розвитку ООН: Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку – Завдання 17.1.

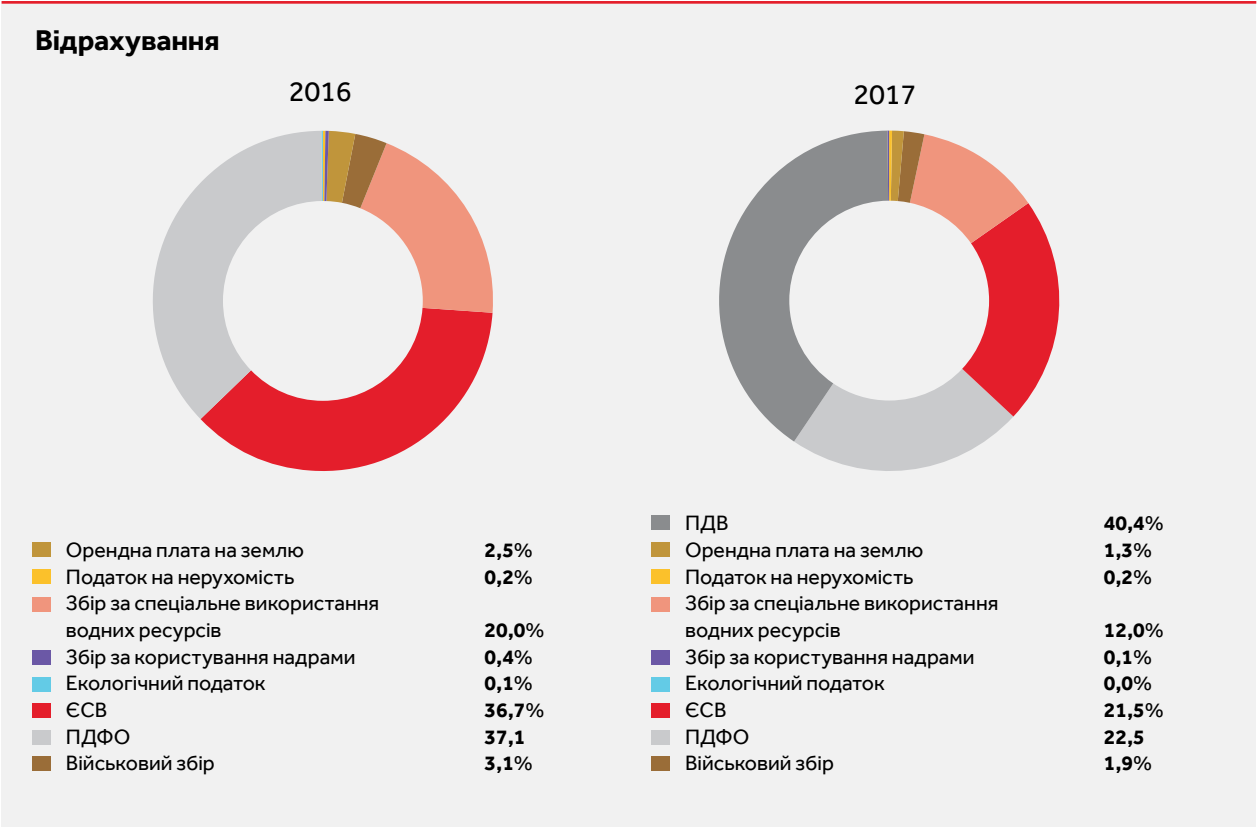
Зважаючи на тривалу присутність компанії на ринку України, економічний вплив від нашої діяльності не можна недооцінювати. У 2017 році компанія сплатила понад 245 млн грн податків на користь держави.

Найсуттєвішу частку серед платежів, сплачених у 2017 році на користь держави, становить податок на додану вартість, податок на дохід

фізичних осіб та єдиний соціальний внесок, що є обов'язковим платежем загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Усі відрахування здійснюються вчасно та в порядку, передбаченому чинним законодавством та регуляторними актами.

245
МЛН ГРН
податків сплачено
у 2017-му



ІНШІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВПЛИВИ

На прикладі дослідження за результатами діяльності Системи Компаній Кока-Кола у 2015 році.

Система Компаній Кока-Кола робить свій внесок в економічний успіх України, у розвиток громад, підтримує явища і тенденції, які служать загальному благу. Який цей внесок сьогодні? Як його виміряти? Кока-Кола та GfK Ukraine провели масштабне дослідження за результатами діяльності Система Компаній Кока-Кола у 2015 році, яке дало відповіді на ці запитання.

Завданням дослідження було проаналізувати роль Система Компаній Кока-Кола в економіці України та дати кількісну оцінку економічного впливу в 2015 році.

Кока-Кола є стабільним інвестором в українську економіку від 1992 року.

На кінець 2015-го загальний обсяг інвестицій Кока-Кола в Україну сягнув 490 млн дол. Ця сума становить 1% від загального обсягу прямих іноземних інвестицій в Україну станом на кінець 2015 року.

Кока-Кола є важливим гравцем харчової галузі України

Інвестиції Кока-Кола у місцеве виробництво сприяли становленню харчової галузі в Україні та розвитку таких позитивних тенденцій протягом останніх 15 років:

- Зменшення імпорту споживчих товарів: у 2015 році частка вироблених в Україні безалкогольних напоїв у роздрібному товарообігу становила

93% (за даними Державної служби статистики).

- Розвиток галузей, суміжних з харчовою, зокрема сільського господарства, гуртової та роздрібної торгівлі, транспорту, виробництва пакувальних матеріалів.
- Поширення стандартів безпечного, дружнього до навколишнього середовища та ресурсощадного виробництва у харчовій галузі.
- Створення легальних та захищених робочих місць.

Загальний економічний вплив Кока-Кола в Україні становить 4,9 млрд грн у 2015 році, що відповідає 0,25% ВВП.

Розмір загального економічного впливу Кока-Кола у 2015 році приблизно дорівнює плановому бюджету міста Одеси (4,6 млрд грн) або бюджету міста Дніпро (5,3 млрд грн).

Одна гривня доданої вартості Система Компаній Кока-Кола створює майже 12 додаткових гривень в економіці України.

Цей результат засвідчує, що Система Компаній Кока-Кола глибоко інтегрована в економіку України, співпрацює з великою кількістю місцевих поставальників та торговельних точок, які входять до галузей з високою часткою доданої вартості.

Одному робочому місцю Система Компаній Кока-Кола відповідає 17 робочих місць в економіці, що пов'язані з Кока-Кола прямим або опосередкованим чином по всьому економічному ланцюгу. 12 із цих 17 робочих місць створені у компаніях, що є прямими поставальниками, дистриб'юторами або торговельними точками, які реалізують продукцію Кока-Кола.





ЗМІСТ ПОКАЗНИКІВ ГЛОБАЛЬНОЇ ІНІЦІАТИВИ ЗІ ЗВІТНОСТІ

Загальні елементи розкриття			
№ елемента розкриття	Назва	Посилання на сторінку	Пояснення, посилання та/чи причини невисвітлення
102-1	Назва організації	-	ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед»
102-2	Сфера діяльності, бренди, продукція та послуги	18	-
102-3	Розташування головного управління	-	а/с 403 Броварський район, Велика Димерка, 51-й км Санкт-Петербурзького шосе Київська обл., 07442 Україна
102-4	Розташування операційних підрозділів	19	-
102-5	Характер власності та організаційно-правова форма	-	Організаційно-правова форма – іноземне підприємство Характер власності: Іноземне підприємство «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» ->> «CC Beverages Holding II B.V.» 100%, ->> «Coca-Cola HBC Holdings B.V.» 100%, Нідерланди ->> «Coca-Cola HBC A.G.» 100%, Кіпр ->> Кінцевий бенефіціарний власник не може бути визначений, оскільки жодна особа не володіє часткою підприємства вищою 25% (акції компанії розміщені на Лондонській фондовій біржі)
102-6	Ринки, на яких працює організація	18	-
102-7	Масштаб організації	5, 31, 62	Інформація, що є комерційною таємницею, або несе у собі загрози діяльності компанії, не розкривається у цьому звіті.
102-8	Інформація щодо співробітників та інших працівників	30-34	-
102-9	Ланцюг постачання	9, 58-63	-
102-10	Суттєві зміни розміру організації та її ланцюгу постачання	50	-
102-11	Підхід або принцип попередження	24	Впроваджується через процес постійного аналізу ризиків
102-12	Зовнішні ініціативи	9, 21	Загальна декларація прав людини, Декларація МОП про основні принципи та права на роботі, Міжнародна комісія з охорони ріки Дунай (ICPDR), спілка виробників безалкогольних напоїв (UNESDA), Глобальний договір ООН
102-13	Членство в асоціаціях	-	Європейська Бізнес Асоціація; Американська торгівельна палата в Україні; Торгово-промислова палата України; Українська пакувально-екологічна коаліція (УКРПЕК) Благодійна організація «Ліга виробників продуктів харчування»
102-14	Заява керівництва	4	-
102-16	Цінності, принципи , стандарти та норми поведінки	10, 21-25, 37, 43	Будь ласка, звертайтеся до розділу «Політики» на нашому веб-сайті https://ua.coca-colahellenic.com/ua/
102-18	Структура управління	27	-
102-40	Перелік зацікавлених сторін	11	-
102-41	Колективні договори	31	Колективними договорами покриті 100% працівників компанії
102-42	Ідентифікація та вибір зацікавлених сторін	8, 11-13	-
102-43	Підхід до залучення зацікавлених сторін	8, 11-13	-
102-44	Ключові теми та важливі фактори, що розглядаються	12-13	-
102-45	Об'єкти вказані в консолідованій фінансовій звітності	-	ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед»
102-46	Визначення меж вмісту та тем звіту	8, 12-13	-
102-47	Перелік суттєвих тем	12-13	-
102-48	Коригування інформації	-	Жодних коригувань інформації
102-49	Зміни в звітності	-	Жодних змін в звітності
102-50	Звітний період	8	-

№ елемента розкриття	Назва	Посилання на сторінку	Пояснення, посилання та/чи причини невисвітлення
102-51	Дата випуску актуального звіту	-	Звіт за Стандартами GRI випускається вперше
102-52	Цикл звітності	-	Річний
102-53	Контакти для питань щодо звіту	-	Тел.: 0503523488 E-mail: Olga.Kudina@cchellenic.com Контактна особа: Ольга Кудіна
102-54	Заява щодо звітності у відповідності до Стандартів GRI	-	Цей звіт підготовлений за Стандартами GRI: Базова версія
102-55	Зміст елементів звітності за Стандартами GRI	76-82	-
102-56	Зовнішнє підтвердження	-	Звіт не підлягає підтвердженню зовнішніх незалежних сторін

СУТТЄВІ ТЕМИ

Корпоративне управління, етика ведення бізнесу та антикорупційна діяльність			
103-1	Антикорупція Пояснення суттєвої теми та її меж	12-13, 25	Будь-ласка, звертайтеся до Кодексу ділової поведінки та «Довідника з питань антикорупційної політики та дотримання нормативних вимог» в розділі «Політики» на нашому веб-сайті https://ua.coca-colahellenic.com
103-2	Управлінський підхід та його межі		
103-3	Оцінка управлінського підходу		
205-1	205 Антикорупція Оцінка корупційних ризиків діяльності компанії	-	Оцінка корупційних ризиків здійснюється на постійній основі в ході рутинної діяльності компанії та базується на визначених процедурах оцінки та менеджменту ризиків
205-2	Впровадження антикорупційних політик та процедур, навчання персоналу	25	-
205-3	Підтверджені випадки корупції та вжиті заходи	-	Жодних підтверджених випадків корупції або розірвання договорів із контрагентами через порушення корупційного характеру не було зафіксовано
103-1	Антиконкурентна поведінка 103-1 Пояснення суттєвої теми та її меж	24-25	Компанія виступає за чесні та прозорі умови практики ведення бізнесу, тому категорично проти будь-яких антиконкурентних практик і жодним чином їх не підтримує
103-2	103-2 Управлінський підхід та його межі		
103-3	103-3 Оцінка управлінського підходу		
206-1	206 Антиконкурентна поведінка Дії юридичного характеру щодо антиконкурентної поведінки, антитрастових та монопольних практик	-	Жодний дії юридичного характеру щодо монопольних та антитрастових практик та дій, що перешкождали б вільній конкуренції на ринку впродовж звітного періоду не було зафіксовано
103-1	Відповідність екологічним нормам Пояснення суттєвої теми та її меж	46-48, 51	Для більш детальної інформації звертайтеся до пункту «Політика щодо захисту навколишнього середовища» розділу «Політики» нашого веб-сайту
103-2	Управлінський підхід та його межі		
103-3	Оцінка управлінського підходу		
307-1	307 Відповідність екологічним нормам Недотримання екологічного законодавства, норм та правил	-	Компанією не було зафіксовано жодних порушень норм законодавства в сфері охорони довкілля, жодних штрафів чи інших стягнень, спричинених такими порушеннями, у звітному періоді
103-1	Публічна політика Пояснення суттєвої теми та її меж	-	Детальніше – в «Довіднику з питань антикорупційної політики та дотримання нормативних вимог» та «Кодексі ділової поведінки», які можна знайти на нашому сайті в розділі «Політики»
103-2	Управлінський підхід та його межі		
103-3	Оцінка управлінського підходу		
415-1	415 Публічна політика Політичні внески	-	Жодних внесків на політичні цілі компанією, або працівниками від імені компанії, зроблено не було
103-1	Здоров'я та безпека споживачів Пояснення суттєвої теми та її меж	10, 19-21, 23	Детальніше – на нашому сайті в розділі «Здоров'я та добробут», та в «Політиці компанії щодо здорового способу життя»
103-2	Управлінський підхід та його межі		
103-3	Оцінка управлінського підходу		
416-1	416 Здоров'я та безпека споживачів Оцінка впливу на здоров'я та безпеку товарів та категорій послуг	-	Немає жодних впливів на безпеку, пов'язаних з нашими продуктами, а всі впливи на здоров'я на постійній основі оцінюються для всіх продуктів
416-2	Випадки невідповідності продукції та послуг, що стосуються наслідків для здоров'я та безпеки споживачів	-	Жодних випадків невідповідності продукції, виготовленої компанією, встановленим нормам чи правилам, що спричинила б негативні наслідки для споживачів, не було зафіксовано у звітному періоді



№ елемента розкриття	Назва	Посилання на сторінку	Пояснення, посилання та/чи причини невисвітлення
Відповідальний маркетинг			
103-1 103-2 103-3	Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу 417 Маркетинг і маркування	10, 20, 23, 56-57	Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com в «Політиці Coca Cola HBC щодо відповідального маркетингу» в розділі «Політики»
417-1	Вимоги до маркування та інформації щодо продуктів і послуг	20, 57	Вся продукція компанії маркується в повній відповідності до норм національного законодавства та міжнародних кодексів та норм, яких дотримується компанія
417-2	Випадки невідповідності щодо інформування та маркування продуктів і послуг	-	Жодних інцидентів невідповідності щодо інформації та маркування продукції та послуг у звітний період виявлено не було
417-3	Випадки невідповідності вимогам щодо маркетингових комунікацій	-	Жодних інцидентів невідповідності щодо маркетингових комунікацій у звітний період виявлено не було
Залученість та добробут працівників			
103-1 103-2 103-3	Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу 401 Зайнятість	4-5, 29-31	Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com в «Політиці компанії щодо дотримання прав людини» в розділі «Політики»
401-1 401-2	Звільнення та найм нових працівників Виплати працівникам з постійною зайнятістю, що не виплачуються працівникам за тимчасовою формою найму або з неповним робочим днем	36, Додаток А 31	- -
401-3	Декретна відпустка Відносини між персоналом та керівництвом	34-35	-
103-1 103-2 103-3	Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу 402 Відносини між трудовим колективом та керівництвом	37, 40-41	-
402-1	Мінімальні строки попередження щодо операційних змін Здоров'я та безпека працівників	-	У випадку істотних змін умов праці, працівників повідомляють не менше ніж за 2 місяці до таких змін, у повній відповідності до вимог законодавства в сфері трудових відносин
103-1 103-2 103-3	Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу 403 Здоров'я та безпека працівників	30, 42-43	Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com в «Політиці щодо гігієни та безпеки праці» в розділі «Політики»
403-1	Представлення працівників в комітетах з питань охорони здоров'я та безпеки праці із участю керівництва компанії	42	-
403-2	Види травм та їх показники, професійні захворювання, втрачені дні та прогули, а також кількість пов'язаних з роботою травм	42	-
403-3	Працівники з високим рівнем професійних захворювань або високим ризиком таких захворювань Навчання та тренінги	43	-
103-1 103-2 103-3	Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу 404 Навчання та тренінги	25, 38-39	-
404-1	Середні години навчання на рік на одного працівника	10, 38	Показник середніх годин навчання на працівника є сумою середніх годин навчання за обов'язковими та добровільними програмами навчання
404-2	Програми підвищення кваліфікації працівників та програми допомоги при зміні професії	38-39	-
404-3	Відсоток працівників, які отримують регулярні перегляд результатів та кар'єрного розвитку	-	Всі працівники підлягають перегляду та оцінці виконаної роботи впродовж року за критеріями оцінки результативності праці, що для 26% працівників в звітному періоді призвело до зміни статусу через підвищення на посаді або зростання окладу

№ елемента розкриття	Назва	Посилання на сторінку	Пояснення, посилання та/чи причини невисвітлення
103-1 103-2 103-3	Галузеві показники Рекомендацій зі звітності G4 Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу	30-32	Компанія прагне запобігати таким подіям, як страйки та блокування роботи, в тому числі через досягнення високого рівня залучення працівників, а також процедур та механізмів вирішення будь-яких робочих диспутів, включаючи профспілки та колективні договори
FP3	Відсоток робочого часу, втраченого внаслідок трудових суперечок, страйків, блокувань роботи, інше (по країні)	-	В звітному році не було жодних страйків чи блокувань роботи, пов'язаних з трудовими суперечками, що призвели до втрати робочого часу
Якість та цілісність продукції			
103-1 103-2 103-3 FP5	Галузеві показники Рекомендацій зі звітності G4 Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу Відсоток обсягів продукції, вироблених на виробничих майданчиках, сертифікованих зовнішніми органами відповідно до міжнародно визнаних стандартів безпеки харчових продуктів	4, 10, 19-21, 23 21	Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com в «Політиці якості та безпеки харчових продуктів» в розділі «Політики» 100%
FP6	Відсоток загального обсягу продажів готової до споживання продукції за категоріями, з пониженням вмістом насичених жирів, транс-жирних кислот, натрію та доданих цукрів	20, 62	-
Здоров'я та харчування			
103-1 103-2 103-3 FP7	Галузеві показники Рекомендацій зі звітності G4 Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу Частка продажів споживчих товарів у кожній категорії продуктів, що містять підвищений вміст поживні інгредієнти, такі як клітковина, вітаміни, мінерали, фітохімікати і функціональні харчові добавки.	10, 20-21, 23, 56 20	Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com в «Політиці якості та безпеки харчових продуктів» в розділі «Політики» Енергетичні напої з вітамінами B3, B5, B6, B12: Fanta® з апельсиновим соком; Fanta® з лимонним соком та вмістом вітаміна C
Різноманіття та права людини			
103-1 103-2 103-3	Різноманітність та рівні можливості Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу	23, 31-32	Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com в «Політиці компанії щодо дотримання прав людини» в розділі «Політики»
405-1	405 Різноманітність та рівні можливості Різноманітність представлення працівників у керівних органах та трудовому колективі	33-34	-
405-2	Відношення базової заробітної плати та винагороди жінок по відношенню до чоловіків Недискримінація	33	-
103-1 103-2 103-3	Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу	23, 37, 41	Управлінський підхід спільний для всіх наведених нижче елементів висвітлення (406,411,412). Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com в «Політиці компанії щодо дотримання прав людини» в розділі «Політики»
406-1	406 Недискримінація Випадки дискримінації та вжиті коригувальні дії	-	Жодних підтверджених випадків дискримінації не було виявлено
411-1	411 Права корінного населення Випадки порушень прав корінного населення	-	Жодних підтверджених випадків порушення прав корінного населення не було виявлено
412-3	412 Оцінка впливу на права людини Значні інвестиційні угоди та контракти, які містять положення про права людини або які пройшли перевірку дотримання прав людини	-	Положення про дотримання прав людини включені в SGP, положень яких повинні дотримуватись усі контрагенти, з якими ми співпрацюємо





№ елемента розкриття	Назва	Посилання на сторінку	Пояснення, посилання та/чи причини невисвітлення
Викиди вуглецю та енергія			
103-1	Енергія		
103-2	Пояснення суттєвої теми та її меж	10, 45, 48-50	-
103-3	Управлінський підхід та його межі		
	Оцінка управлінського підходу		
302-1	302 Енергія		
302-3	Споживання енергії в організації	49-50	-
302-4	Енергоємність	48	-
	Скорочення енергоспоживання	48-50	-
	Викиди		
103-1	Пояснення суттєвої теми та її меж	10, 45, 48,	-
103-2	Управлінський підхід та його межі	50-51	
103-3	Оцінка управлінського підходу		
305-1	305 Викиди		
	Прямі (Межі застосування 1) викиди парникових газів	51	-
305-2	Енергетичні непрямі (Межі застосування 2) викиди парникових газів	51	-
305-4	Показник інтенсивності викидів парникових газів	51	-
305-5	Скорочення викидів парникових газів	50-51	-
305-7	Оксиди Азоту (NOX), Сульфур (SOX), та іншу суттєві викиди	51	-
Повторне використання упаковки та поводження з відходами			
103-1	Матеріали		
103-2	Пояснення суттєвої теми та її меж	10, 45, 52, 61	-
103-3	Управлінський підхід та його межі		
	Оцінка управлінського підходу		
301-1	301 Матеріали		
301-2	Використані матеріали (за масою або об'ємом)	52	-
301-3	Матеріали вторинного використання	52	-
	Рекламаційна продукція та пакувальні матеріали	-	Хоча в Україні цілі з переробки відходів і не встановлені, ми орієнтуємося на зацікавлені сторони при визначенні системи переробки упаковки
	Відходи та стічні води		
103-1	Пояснення суттєвої теми та її меж	10, 45-47,	-
103-2	Управлінський підхід та його межі	52-53	
103-3	Оцінка управлінського підходу		
306-1	306 Відходи та стічні води		
	Водовідведення за якістю стічних води та місцем їх скиду	46-47	-
306-2	Відходи за типом утворення та методом утилізації чи переробки	53	-
306-3	Значні розливи	-	Жодних розливів у звітному періоді
306-4	Перевезення небезпечних відходів	-	Компанія не транспортує небезпечних відходів
Використання водних ресурсів			
103-1	Використання водних ресурсів		
103-2	Пояснення суттєвої теми та її меж	45-47	Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com
103-3	Управлінський підхід та його межі		в «Політиці щодо управління водними ресурсами» в розділі «Політики»
	Оцінка управлінського підходу		
303-1	303 Вода		
303-2	Відбір води за джерелом	47	-
	Водні об'єкти, на які значно впливає відбір води організацією	47	-
303-3	Повторне використання води	47	-
Практики закупівель			
103-1	Відповідальне проведення закупівель		
103-2	Пояснення суттєвої теми та її меж	21, 25, 58-60	Зобов'язання постачальників щодо відповідності нашим зобов'язанням щодо елементів розкриття 308, 414, 408 і 409, а також індикатора GRI G4 FP1 забезпечуються обов'язковим
103-3	Управлінський підхід та його межі		
	Оцінка управлінського підходу		

№ елемента розкриття	Назва	Посилання на сторінку	Пояснення, посилання та/чи причини невисвітлення
			підписанням Керівних принципів для роботи з постачальниками з усіма нашими постачальниками. Детальніше – на нашому сайті https://ua.coca-colahellenic.com в «Керівних принципах для роботи з постачальниками» в розділі «Політики»
308-1	308 Екологічна оцінка постачальників		
	Нові постачальники, які були оцінені відповідно до екологічних критеріїв	58-59	Виконаний на 100%, забезпечується підписанням «Керівних принципів для роботи з постачальниками» Всі постачальники, в яких закуповується продукція та матеріали, що безпосередньо контактує із готовою продукцією, сертифіковані за ISO 22000
414-1	414 Соціальна оцінка постачальників		
	Нові постачальники, які були оцінені відповідно до соціальних критеріїв	58-59	Виконаний на 100%, забезпечується підписанням «Керівних принципів для роботи з постачальниками»
408-1	408 Використання дитячої праці		
	Види діяльності та постачальники з високим ризиком випадкового використання дитячої праці	58-59	Жодних підтверджених випадків щодо використання постачальниками дитячої праці зафіксовано не було
409-1	409 Примусова або обов'язкова праця		
	Види діяльності та постачальники, що мають значний ризик випадків примусової або обов'язкової праці	58-59	Постачальників з великим рівнем ризику праці під примусом або обов'язкової не було виявлено в звітному періоді
FP1	Галузеві показники Рекомендацій зі звітності G4		
	Частка об'єму закупок у постачальників, які відповідають вимогам політики закупівель організації	25, 58	100%
Прямі та непрямі економічні впливи			
103-1	Показники економічної діяльності		
103-2	Пояснення суттєвої теми та її меж	74-75	Детальніше із прямими та непрямыми економічними впливами, що супроводжують нашу діяльність можна ознайомитись в матеріалах оцінки соціально-економічних впливів системи Кока-Кола в Україні на нашому сайті, в розділі «Цифри»
103-3	Управлінський підхід та його межі		
	Оцінка управлінського підходу		
201-1	201 Економічні показники		
	Пряма згенерована та розподілена економічна цінність	74	Розкрита лише інформація щодо податкових виплат. Інша інформація, що є комерційною таємницею, або може нести загрози діяльності компанії, не розкривається.
201-3	Покриття зобов'язань за програмами виплат для пенсійного забезпечення працівників	-	В компанії відсутній власний механізм виплат працівникам для їх пенсійного забезпечення. Компанія сплачує користь держави всі необхідні податки, що спрямовуються на пенсійне забезпечення працівників
201-4	Фінансова допомога, отримана від уряду	-	Жодних преференцій або фінансової допомоги від уряду не було отримано в звітному періоді
103-1	Присутність на ринку		
103-2	Пояснення суттєвої теми та її меж	74-75	-
103-3	Управлінський підхід та його межі		
	Оцінка управлінського підходу		
202-1	202 Присутність на ринку		
	Співвідношення стандартної початкової заробітної плати за статтю у порівнянні з місцевою мінімальною зарплатою	-	В середньому, працівники на початкових етапах роботи отримували заробітну плату, що в середньому втричі перевищувала розмір мінімальної заробітної плати, встановленої нормами українського законодавства
202-2	Частка старшого керівництва найнята із представників місцевого населення	-	67,5%
	Непрямі економічні впливи		
103-1	Пояснення суттєвої теми та її меж	10, 67	-
103-2	Управлінський підхід та його межі		
103-3	Оцінка управлінського підходу		
203-1	203 Непрямі економічні впливи		
	Інвестиції в інфраструктуру та сервіси, що підтримуються компанією	68-71	Компанія інвестує в проекти розвитку місцевих громад за напрямками - збереження довкілля, розвиток молоді та добробут місцевих громад в регіонах своєї роботи

№ елемента розкриття	Назва	Посилання на сторінку	Пояснення, посилання та/чи причини невисвітлення
103-1 103-2 103-3	Практики закупівлі Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу 204 Практики закупівель	25, 60	-
204-1	Частка витрат на місцевих постачальників	60	В 2017 році 69% від загальної суми на закупівлі було витрачено на українських постачальників товарів та послуг
Залучення громад та інвестиції на їх розвиток			
103-1 103-2 103-3	Пояснення суттєвої теми та її меж Управлінський підхід та його межі Оцінка управлінського підходу 413 Місцеві громади	30	-
413-1	Діяльність з дієвими механізмами залученням місцевої громади, оцінками впливу та програмами розвитку	68-73	Оцінку соціально-економічних впливів Компанії було проведено в 2015 році.
413-2	Діяльність із суттєвими потенційними та реальними негативними впливами на місцеві громади	-	В звітному періоді оцінка негативного впливу на місцеві громади не проводилась. В рамках механізму взаємодії із місцевими громадами суттєвих негативних впливів не було виявлено

Додаток А. Найняті та звільнені працівники

Найняті працівники за звітний період		Категорія працівників							
		Вище керівництво		Середній менеджмент		Офісні працівники		Працівники заводу	
Офіс	Вікова група	Ч	Ж	Ч	Ж	Ч	Ж	Ч	Ж
	до 30	0	0	0	2	23	19	0	0
	30-50	1	0	1	2	12	13	0	0
Завод	за 50	0	0	0	0	3	0	0	0
	до 30	0	0	0	0	0	0	31	6
	30-50	0	0	1	0	0	0	20	5
Регіони	за 50	0	0	0	0	0	0	2	1
	до 30	0	0	0	0	162	11	0	0
	30-50	0	0	0	0	56	10	0	0
	за 50	0	0	0	0	0	1	0	0

Звільнені працівники за звітний період		Категорія працівників							
		Вище керівництво		Середній менеджмент		Офісні працівники		Працівники заводу	
Офіс	Вікова група	Ч	Ж	Ч	Ж	Ч	Ж	Ч	Ж
	до 30	0	0	0	1	8	16	0	0
	30-50	1	0	3	2	8	7	0	0
Завод	за 50	0	0	0	0	1	0	0	0
	до 30	0	0	0	0	0	0	6	2
	30-50	0	1	2	1	0	0	20	7
Регіони	за 50	0	0	1	0	0	0	5	1
	до 30	0	0	0	0	103	5	0	0
	30-50	0	0	0	0	109	8	0	0
	за 50	0	0	0	0	2	0	0	0

КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ

ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед»

а/с 403
51-й км Санкт-Петербурзького шосе
смт Велика Димерка
Броварський район
Київська область
07442, Україна
Тел.: +38 (044) 490-07-07
Факс: +38 (044) 490-07-71
Електронна пошта: ccbu@cchellenic.com
https://ua.coca-colahellenic.com

Інформаційна лінія для споживачів

Якщо ви споживач і хочете отримати інформацію або дати відгук про нашу продукцію чи акції, телефонуйте: + 38 0800-30-80-08

Організація екскурсій

Якщо ви бажаєте відвідати завод та Музей Кока-Кола, телефонуйте : + 38 0800-30-80-08

3 питань працевлаштування

Ви можете надіслати своє резюме електронною поштою: uaresume@cchellenic.com

Для представників ЗМІ

Ви можете надіслати свій запит електронною поштою: ccbu@cchellenic.com

Електронна версія Звіту

http://coca-cola-csr-report.com.ua

