

**Будуймо разом квітучу Україну**

**Make a brighter Ukraine**



Звіт з соціальної відповідальності  
Social Responsibility Report  
2012-2014





**Система Кока-Кола в Україні**  
**Coca-Cola System in Ukraine**

# ЗМІСТ

|                                                         |           |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Загальна інформація</b>                              | <b>8</b>  |
| <b>Підвищуючи добробут кожного</b>                      | <b>12</b> |
| Наші напої                                              | 14        |
| Прозорість інформації щодо інгредієнтів                 | 16        |
| Відповідальний маркетинг                                | 18        |
| Підтримка активного і здорового способу життя           | 22        |
| <b>Будуємо сильні громади.</b>                          | <b>37</b> |
| Робоче місце і права людини                             | 38        |
| Підтримка розвитку молоді                               | 48        |
| Допомога при надзвичайних ситуаціях та підтримка громад | 54        |
| Допомога місцевим громадам                              | 56        |
| <b>Дбаємо про довкілля.</b>                             | <b>62</b> |
| Дбайливе ставлення до використання водних ресурсів      | 64        |
| Упаковка та поводження з відходами                      | 74        |
| Енергія та зміна клімату                                | 78        |
| <b>У нашому звіті</b>                                   | <b>86</b> |
| На шляху до майбутнього.                                | 86        |
| Етика бізнесу                                           | 86        |
| Наші нагороди та відзнаки                               | 88        |
| <b>Додатки</b>                                          | <b>90</b> |
| Додаток 1. Таблиця відповідності GRI                    | 90        |
| Додаток 2. Залучення зацікавлених сторін                | 94        |
| Додаток 3. Словник термінів                             | 96        |
| Додаток 4. Перелік корисних посилань                    | 98        |
| Додаток 5. Контактна інформація                         | 99        |

# CONTENT

|                                             |           |
|---------------------------------------------|-----------|
| <b>Introduction</b>                         | <b>9</b>  |
| <b>Enhancing Personal Well-Being</b>        | <b>13</b> |
| Our Beverages                               | 15        |
| Transparent Nutritional Information         | 17        |
| Responsible Marketing                       | 19        |
| Promoting Active and Healthy Living         | 23        |
| <b>Building Strong Communities</b>          | <b>37</b> |
| Human and Workplace Rights                  | 39        |
| Supporting Youth Development                | 49        |
| Disaster Relief & Strengthening Communities | 55        |
| Supporting Local Communities                | 57        |
| <b>Protecting the Environment</b>           | <b>63</b> |
| Water Stewardship                           | 65        |
| Sustainable Packaging and Waste Management  | 75        |
| Energy and Climate Change                   | 79        |
| <b>In Our Report</b>                        | <b>87</b> |
| Meeting the Challenges Ahead                | 87        |
| Our Ethics                                  | 87        |
| Our Awards and Recognitions                 | 89        |
| <b>Appendices</b>                           | <b>90</b> |
| Appendix 1. Table of GRI Indices            | 90        |
| Appendix 2. Stakeholder Engagement          | 95        |
| Appendix 3. Glossary of Terms               | 97        |
| Appendix 4. Useful Links                    | 98        |
| Appendix 5. Contact Information             | 99        |



Константинос Спанудіс  
Constantinos Spanoudis



Роджер Гонтле  
Roger Gauntlett

## Пані та Панове,

Із задоволенням представляємо вам звіт соціальної відповідальності системи компаній Кока-Кола в Україні за 2012-2014 роки.

У даному звіті ми висвітлюємо прогрес у виконанні наших зобов'язань, а також ділимося нашими сталими практиками.

Хоча останні роки були непростими для України, наша компанія продовжує втілювати соціальні проекти, адже це вже стало особливістю нашого стилю ведення бізнесу. Основні наші соціальні проекти спрямовані на допомогу місцевим громадам та реалізуються у трьох напрямках: підтримка активного способу життя, захист навколишнього середовища та розвиток молоді.

Ми сповнені оптимізму щодо майбутнього та нашої ролі в Україні. Продовжуючи сумлінно вести свій бізнес, ми будемо і надалі створювати цінності для наших споживачів, клієнтів, партнерів, працівників та української громади.

Сподіваємося, вам сподобається наш звіт. Проекти відображені на його сторінках не відбулись би без підтримки та командної роботи наших внутрішніх і зовнішніх партнерів. Ми вдячні всім вам!

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

Роджер Гонтле,  
Генеральний Директор  
ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед»

## Ladies and Gentlemen,

We are pleased to present you the Corporate Social Responsibility report of the Coca-Cola System in Ukraine for the period of 2012-2014.

In this report we share the continued progress we have made in delivering on our commitments and promoting our sustainable practices.

Although recent years were challenging for Ukraine, our company remained focused on social investment, because this reflects our style of doing business. The key priorities are centered in local community support via 3 focused areas: promoting active and healthy lifestyles, environment protection and youth development.

We remain optimistic about the future and our ongoing role in Ukraine. By continuing to drive operational performance we will create value for the Ukrainian community, our consumers, clients, partners and employees.

We hope you will enjoy our report. The work showcased in the pages that follow would not have been possible without collaboration and teamwork of our internal and external partners. We are grateful to you all!

Constantinos Spanoudis,  
General Manager  
FE "Coca-Cola Beverages Ukraine Limited"

Roger Gauntlett,  
General Manager  
LLC "Coca-Cola Ukraine Limited"



## Про наш звіт

Звіт містить прозорий огляд діяльності і прогресу у корпоративній соціальній відповідальності системи Кока-Кола в Україні у 2012-2014 роках.

За структурою звіту наші проекти поділено на такі розділи: Підвищуючи добробут кожного, Будуємо сильні громади, Дбаємо про довкілля.

Звіт відображає наш підхід, показники і результати діяльності у напрямку сталого розвитку. Він містить стандартні елементи звітності GRI.

Компанія і надалі буде переглядати свій підхід до звітування з тим, щоб відповідати очікуванням зацікавлених сторін та комунікувати як наша компанія створює цінності для громад.

Більше інформації про наші соціальні ініціативи можна знайти на наших корпоративних веб-сайтах або отримати у представників відділу зв'язків з громадськістю компанії за запитом (контактна інформація у Додатку 5 цього звіту).

Ваша думка важлива для нас! Будемо вдячні за ваші коментарі і зворотний зв'язок.

## About Our Report

The Report provides a transparent overview of Ukrainian Coca-Cola system's performance and progress in social responsibility for 2012-2014.

Structure of the report describes our activities which are set in separate sections: Enhancing personal well-being, Building strong communities and Protecting the environment.

Our report focuses on the major approaches, activities and results in the field of sustainable development. It contains Standard Disclosures from the GRI guidelines.

Over the coming years, the Company will continue to review its reporting approach and routines, to ensure it meets expectations of its stakeholders and maintains the visibility on how our Company creates sustainable value for the communities it serves.

More details about our CSR initiatives can be found at our corporate websites or obtained from our public affairs and communications service upon request (contact information – in the Appendix #5).

Your opinion is important to us! We are grateful for your comments and feedback.

# Загальна інформація

Компанія Кока-Кола працює над створенням нових та підтримкою існуючих проектів зі сталого розвитку нашого бізнесу та громад, у яких ми живемо і працюємо.

Наша продукція виробляється на майже 900 заводах, у більш ніж 200 країнах світу, і усюди ми налагодили тісні зв'язки з громадами. Ми всебічно зацікавлені в економічному добробуті та стабільному зростанні цих громад.

Своєю щоденною роботою компанія сприяє економічному розвитку місцевих громад, забезпечуючи робочі місця і на своїх підприємствах, і у суміжних галузях.

Загалом «Кока-Кола» є бізнесом місцевим. Тут знаходять роботу місцеві жителі, сплачуються податки до місцевих бюджетів, а місцевим постачальникам перераховуються кошти за товари, послуги та капітальне устаткування, а також підтримуються локальні інвестиційні програми.

## Система компаній Кока-Кола

Зазвичай нас сприймають як просто «Кока-Кола», але насправді наша структура є унікальною і досить складною системою, що функціонує через багато каналів.

Отже, The Coca-Cola Company створює та здійснює маркетинг брендів та торгових марок по усьому світу. Заснована 1886 року, ця компанія виробляє для своїх виробництв-ботлерів концентрати та сиропи для виготовлення близько 3500 напоїв по усьому світу. Також розробляє і реалізує марке-



тингові стратегії. Головний офіс компанії розташований в Атланті (Джорджія, США).

Додаткова інформація про The Coca-Cola Company розміщена на сайті [www.coca-colacompany.com](http://www.coca-colacompany.com)

Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG (надалі – Coca-Cola HBC) – другий у світі та найбільший в Європі ботлер Кока-Кола – займається розливом та дистрибуцією безалкогольних напоїв на умовах франчайзингу The Coca-Cola Company.

Coca-Cola HBC налічує понад 36 тисяч працівників. З об'ємом продажу 2 мільярди умовних упаковок продукції, Компанія втамовує спрагу більш ніж 589 мільйонів споживачів щорічно. Coca-Cola HBC працює у 28 країнах: Австрії, Білорусі, Болгарії, Боснії та Герцоговині, Вірменії, Греції, Естонії, Ірландії, Італії, Кипрі, Латвії, Литві, Македонії, Молдові, Нігерії, Північній Ірландії, Польщі, Росії, Румунії, Сербії, Словаччині, Словенії, Угорщині, Україні, Хорватії, Чехії, Чорногорії та Швейцарії.

Додаткова інформація про Coca-Cola HBC розміщена на сайті [www.coca-colahellenic.com](http://www.coca-colahellenic.com)



# Introduction

The Coca-Cola System is committed to creating and supporting sustainable practices for our business and the communities where we live and operate.

Our beverages are produced in nearly 900 plants in more than 200 countries, and we have deep roots in communities around the world. We are intensely committed to the economic success and continued growth of these communities. And contribute to it through our day-to-day work, by providing jobs in our own operations as well as jobs in businesses we touch along the way.

The Coca-Cola business is essentially a local one. We employ local people, pay taxes to governments, pay suppliers for goods, services and capital equipment, and support community investment programs.

## Coca-Cola Business System

While many view our Company as simply «Coca-Cola» our organization is a unique and complex system that operates through multiple local channels.

Thus, The Coca-Cola Company creates and markets brands and trademarks all around the world. Founded in 1886, The Coca-Cola Company is the world's leading manufacturer, marketer, and distributor of non-alcoholic beverage concentrates and syrups. Today, the company produces syrups and supplies them to licensed bottling plants around the world. These syrups are used to produce over 3500 products worldwide. The Company develops and implements marketing strategies. The Coca-Co-



The Company corporate headquarters are located in Atlanta, Georgia, USA.

More information on The Coca-Cola Company is available at [www.coca-colacompany.com](http://www.coca-colacompany.com)

Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG (also referred to as «Coca-Cola HBC») is the second largest Coca-Cola bottler and the biggest in Europe. It produces and distributes beverages of The Coca-Cola Company.

Coca-Cola HBC has more than 36,000 employees. With annual sales of 2 billion unit cases, the Company serves approximately 589 million consumers. Coca-Cola HBC operates in 28 countries: Armenia, Austria, Belarus, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Cyprus, Czech Republic, Estonia, FYROM, Greece, Hungary, Republic of Ireland, Italy, Latvia, Lithuania, Moldova, Montenegro, Nigeria, Northern Ireland, Poland, Romania, Russia, Serbia, Slovakia, Slovenia, Switzerland and Ukraine.

More information on Coca-Cola HBC is available at [www.coca-colahellenic.com](http://www.coca-colahellenic.com)



## Система Компаній Кока-Кола в Україні

Система Компаній Кока-Кола в Україні (надалі – Кока-Кола в Україні) включає компанію ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед», ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» та ТОВ «Квас Беверіджиз». ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед» є представництвом The Coca-Cola Company, а «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед», в свою чергу, є дочірньою компанією Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG.

Компанії ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед», ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» та ТОВ «Квас Беверіджиз» є окремими суб'єктами господарювання і з юридичної точки зору, і в контексті управління.

Кока-Кола в Україні стала однією з перших міжнародних компаній, яка виявила зацікавленість працювати на українському ринку. Компанія інвестує в економіку країни від 1992 р.

**На сьогодні інвестиції системи Кока-Кола в економіку України складають 280 мільйонів доларів США та 117 мільйонів Євро.**

Перший завод в Україні відкрився у Львові 1994 р. А у 1998 р. на повну потужність за-працював новозбудований завод «Кока-Кола Беверіджиз Україна» біля міста Бровари, на Київщині.

2008 р. – Компанія Кока-Кола придбала торгову марку «Ярило» – квас, що вироблявся на Запорізькому заводі безалкогольних напоїв. За шість років з того часу завод перетворився на сучасне підприємство ТОВ «Квас Беверіджиз», де застосовуються найактуальніші технології. Тут було замінено практично усе обладнання, щоб відповідати найвищим вимогам, прийнятим в Системі Компаній Кока-Кола. Але сам рецепт приготування традиційного напою і його смак залишилися незмінними.

## Схема стратегії Кока-Кола Хеленік



## Схема стратегії Кока-Кола

Світ навколо нас постійно змінюється. Саме тому однією із головних умов успішного розвитку та процвітання бізнесу на наступні десять і більше років є вміння планувати на декілька кроків вперед, готуватися до завтрашнього дня вже сьогодні і розуміти основні тенденції та реалії, що в майбутньому впливатимуть на наш бізнес і визначатимуть його напрям.

Основою нашої діяльності є стратегія «Гра на перемогу», що базується на ключових цінностях та стратегічних принципах. Стратегія дозволяє нашим людям працювати як одна команда і досягати стійкого зростання разом з The Coca-Cola Company.

## Зв'язок із зацікавленими сторонами

Розуміння потреб та інтересів зацікавлених сторін, у тому числі наших партнерів, клієнтів, постачальників і місцевих громад, допомагає нам обирати пріоритети та розвивати сталі бізнес стратегії для створення цінностей.

Зв'язок з нашими внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами необхідний для визначення і вирішення економічних, соціальних та екологічних питань, які можуть впливати на нашу здатність створювати цінності час від часу.

Додаток 2 цього звіту містить інформацію як ми співпрацюємо із зацікавленими сторонами.

## The Coca-Cola System in Ukraine

The Coca-Cola System in Ukraine (hereinafter referred to as 'Coca-Cola in Ukraine') includes LLC «Coca-Cola Ukraine Limited»; FE «Coca-Cola Beverages Ukraine Limited», and LLC «Kvass Beverages». LLC «Coca-Cola Ukraine Limited» is a representative office of The Coca-Cola Company, and «Coca-Cola Beverages Ukraine Limited» is a subsidiary of Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG.

LLC «Coca-Cola Ukraine Limited», FE «Coca-Cola Beverages Ukraine Limited» and LLC «Kvass Beverages» are separate legal entities from legal and management perspectives.

Coca-Cola in Ukraine was one of the first international companies to start operating in Ukraine. It has been investing in the country's economy since 1992.

**For today Coca-Cola System investments in the country's economy amount to US\$ 280 million and EUR 117 million.**

The Company opened its first bottling plant in Ukraine in the city of Lviv in 1994. In 1998, Coca-Cola Beverages Ukraine began production near the town of Brovary in the Kyiv region. The facility was newly built and operating at full capacity.

In 2008 The Coca-Cola Company acquired the «Yarylo» trade mark – for the traditional Slavic beverage – kvass – which was produced at the Zaporizhia Non-Alcohol Beverages Plant. In the six years since that time the enterprise has been transformed into a modern facility that relies on state-of-the-art technology and was re-named «Kvass Beverages, LLC». Almost all equipment was replaced or modernised to meet Coca-Cola's highest standards while maintaining the traditional beverage and its taste.

## Coca-Cola Strategic Framework

The world is changing all around us. To continue to thrive as a business over the next ten years and beyond, we must look ahead, understand the trends and forces that will shape our business in the future and move swiftly to prepare for what's to come.

Play to Win strategic framework is the basis for our business. The framework incorporates our values and strategic pillars. Our strategy enables our people to perform as one team and achieve sustainable growth together with The Coca-Cola Company.

## Connecting With Our Stakeholders

Understanding the needs and interests of stakeholders – including our partners, customers, suppliers and community members – guides our prioritisation and helps us develop sustainable business strategies to create value.

Connecting with our internal and external stakeholders is necessary to identify and appropriately manage economic, social and environmental issues that may affect our ability to create value over time.

Appendix 2 contains the information about how we engage with our stakeholders.

## Coca-Cola Hellenic Strategic Framework





# Підвищуючи добробут кожного



# Enhancing Personal Well-being



«Ми надзвичайно пишаємося партнерством з Кока-Кола, адже компанія не просто підтримує спортивні проекти, а прагне сприяти здоровому способу життя та розвивати спортивну культуру серед українського населення. Як результат співпраці Фонду Кличко та Фундації Кока-Кола, вже побудовано більше 140 дитячих спортивних майданчиків по всій країні! Проект «Клич друзів – граймо разом», метою якого є повернути дітям любов до спорту та інтерес до фізичного виховання, не втрачає своєї актуальності. Тож наше партнерство на досягнутому не закінчується!»

*Володимир Кличко  
Чемпіон світу з боксу у надважкій вазі  
Засновник Фонду Кличко*

«We are proud of our partnership, as Coca-Cola not only supports sports projects but aspires to promote healthy lifestyle and to boost sports culture among Ukrainians. The Klitschko Foundation and the Coca-Cola Foundation partnership resulted in construction over 140 new children's sport grounds across Ukraine! The purpose of ongoing project «Call friends – let's play together» is to return to children a love for sports and interest in physical education. So much work ahead and our partnership continues!»

*Wladimir Klitschko  
World Heavyweight Boxing Champion,  
Founder of the Klitschko Foundation*

«Кока-Кола Беверіджиз Україна є одним з головних бюджетоутворюючих підприємств району. Компанія веде бізнес прозоро та відповідально: сумлінно сплачує податки до місцевого бюджету, створює робочі місця, вчасно виплачує заробітну плату. Співробітники компанії активно долучаються до соціального життя Броварщини і допомагають районному дитячому будинку, висаджують дерева в рекреаційних зонах, беруть участь у спортивних змаганнях».

*Володимир Сінько  
Голова Броварської районної  
державної адміністрації*

«Coca-Cola Beverages Ukraine is one of the main enterprises that forms district budget. The Company does business transparently and responsibly, pays taxes to the local budget, create jobs, pays wages on time. Company employees are actively involved in social life and help Brovary district orphanage, plant trees in recreation areas, participate in sport competitions».

*Volodymyr Sin'ko  
Head of Brovary district administration*





Від часу винайдення Coca-Cola у 1886 р. добробут споживачів є складовою наших цінностей та бачення. І сьогодні, 128 років потому, турбота про наших споживачів залишається невід'ємною частиною усієї діяльності нашої компанії – від якості напоїв, їхнього маркування та реклами до місцевих програм підтримки фізичної активності. Ми – відповідальний член суспільства і партнер місцевим громадам.

## Наші напої

Компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна продає та здійснює дистрибуцію популярних в усьому світі безалкогольних напоїв Coca-Cola®, Fanta®, Sprite®, Coca-Cola light®, Schweppes®, а також локальних — соків Rich® та Добрий®, питну воду BonAqua®, тощо. Компанія Кока-Кола в Україні пропонує широкий асортимент напоїв, смаки яких постійно змінюються залежно від потреб споживачів.

Окремі продукти компанії, як, наприклад, сам бренд Coca-Cola®, мають універсальне значення, а інші створюються залежно від смаків та уподобань споживачів, а також традицій, що історично склались на вітчизняному ринку. Ми прагнемо надавати можливість кожному споживачеві насолоджуватись нашими якісними та смачними напоями за будь-якої нагоди.

### Категорії напоїв

- Солодкі газовані напої: Coca-Cola®, Coca-Cola light®, Fanta® з апельсиновим та Fanta® з лимонним соком, а також Fanta® (смак полуниця та мандарин), Sprite®, Schweppes Bitter Lemon®, Schweppes Indian Tonic®;
- Вода: природна питна вода BonAqua® (газована, негазована та середньогазована);
- Соки та сокові напої: Rich® (13 смаків), Rich kids® (4 смаки), Добрий® (4 смаки);
- Енергетичні напої: burn®, burn Intense Energy®, burn Refreshing Energy® та Gladiator®;
- Чаї: холодний чай Nestea® (4 смаки);
- Квас: Ярило «Справжній»®.

Заклади громадського харчування мають можливість реалізовувати напої Coca-Cola®, Fanta Orange®, Sprite® та квас на розлив, оскільки наша компанія надає замовникам у користування відповідні апарати (Postmix).

### Якість

На виробництві впроваджені та працюють системи керування якістю та безпекою харчових продуктів, що забезпечують відповідні властивості продукту – це системи, які сертифицировано згідно із міжнародним стандартом ISO 9001, PAS 223, FSSC 22000 та відпо-

відними національними стандартами. Існує вимоглива система відбору та затвердження постачальників інгредієнтів та пакувальних матеріалів.

На самому виробництві вимірюються якісні показники продукції і упаковки, відслідковується їх відповідність до жорстких вимог стандартів Компанії та до очікувань споживачів. Статус великої міжнародної компанії накладає обов'язок дотримуватись найвищих стандартів у забезпеченні стабільної якості та безпеки нашої продукції.

Усі вимоги в області управління якістю продукції зібрані у корпоративних стандартах KORE, завдяки чому усі операції в нашій глобальній системі відповідають однаковим стандартам з виробництва та дистрибуції.

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



Since the first Coca-Cola was served in 1886, our consumers' well-being has been an integral part of our values and vision. Today, 128 years later, from the beverages we offer to how we label and market them to local physical activity programs we support, our consumers' well-being is interwoven into the fabric of our company, both as a responsible corporate citizen and as a community partner.

## Our Beverages

Coca-Cola Beverages Ukraine produces, sells and distributes some of the most popular beverage brands in the world, including Coca-Cola®, Fanta®, Sprite®, Coca-Cola light®, Schweppes®, as well as local juice brands Rich® and Dobriy®, BonAqua® water, and others. The range of Coca-Cola® beverages offered in Ukraine is continually changing to meet the tastes of our consumers.

While some of our beverages, such as Coca-Cola®, Fanta® and Sprite®, have universal appeal and are recognized the world over, others are created to suit the tastes, traditions and preferences of consumers in the local marketplace.

### Drinks Categories

- Sparkling beverages: Coca-Cola®, Coca-Cola light®, Fanta Orange®, Fanta Lemon®, Fanta Strawberry®, Fanta Mandarin®, Sprite®, Schweppes Bitter Lemon®, Schweppes Indian Tonic®;
- Water: natural water for human consumption BonAqua® (carbonated, lightly carbonated, non-carbonated);
- Juices and juice drinks: Rich® (13 flavors), Rich kids® (4 flavors), and Dobriy® (4 flavors).
- Energy drinks: burn®, burn Intense Energy®, burn Refreshing Energy®, and Gladiator®;
- Ready-to-drink teas: Nestea® (4 flavors).
- Kvass Yarylo: «Spravzhniy»®.

Quick serve restaurants can offer their customers Coca-Cola®, Fanta Orange®, Sprite® and Kvass fountain beverages, served from 'post-mix' fountain machines provided by the Company.

### Quality

Food products quality and safety management systems are fully implemented at Coca-Cola Beverages Ukraine. These systems are certified with international standards ISO 9001, PAS 223 and FSSC 22000 as well as relevant national standards. We have a rigid selection and approval system for raw materials, ingredients and packaging suppliers.

We measure key product and package quality attributes at the production to ensure our products meet Company requirements and consumer expectations. The global nature of our business requires that the Coca-Cola system has the highest standards and processes for ensuring consistent product safety and quality.

To ensure such consistency and reliability, we also comply with the corporate standards KORE. It is the integrated quality management program, which holds all of our operations systemwide to the same standards for production and distribution of our beverages.

Ensuring high quality and safety of our products is most important for our business.

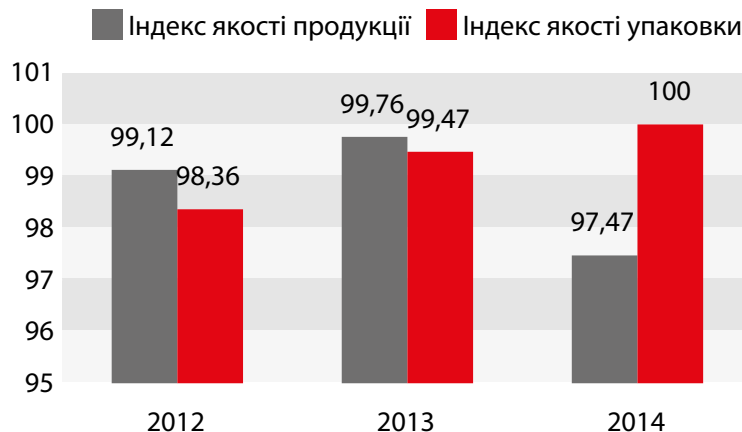


Це означає, що наш завод із виробництва безалкогольних напоїв один з найсучасніших та найпотужніших у Європі, відповідає стандартам системи Кока-Кола і найвищим українським та світовим вимогам якості.

Встановлення щорічних амбітних цілей з якості та безпеки харчових продуктів забезпечує постійне вдосконалення і відповідність до всіх стандартів.

Одним з елементів системи управління якістю продукції є моніторинг показників – індексів якості продукту та упаковки.

#### Індекси якості продукту та упаковки, %



Вся вода, яку ми використовуємо в напоях, відповідає, а за деякими показниками і перевищує стандарти, встановлені Всесвітньою Організацією Здоров'я та законодавством України.

Щомісячно проводиться незалежний відбір зразків продукції з магазинів, які перевіряють у спеціалізованій аналітичній лабораторії «Кока-Кола» в Індії на відповідність до вимог стандартів компанії з якості.

Також діє програма щорічної перевірки води в незалежній німецькій лабораторії SGS Institut Fresenius.

Крім того, компанія вимагає дотримання постачальниками таких самих вимог до якості та харчової безпеки, яким відповідає сама. А контроль матеріалів та послуг, які вони надають, здійснюється шляхом проведення аудитів та перевірок вхідного контролю.

Міжнародна аудиторська компанія щорічно проводить аудит на відповідність ISO 9001, PAS 223, FSSC 22000.

## Прозорість інформації щодо інгредієнтів

Ми віримо, що добре поінформовані споживачі приймають найкращі рішення для себе і своїх близьких. Поступ починається з інформації. Ось чому ми розміщуємо інформацію

**Надаємо прозору інформацію про харчову цінність, зазначаючи калорійність також на титульній стороні етикетки**

Ми не використовуємо генетично модифіковані інгредієнти або ті, що отримані з використанням генетично модифікованих організмів.



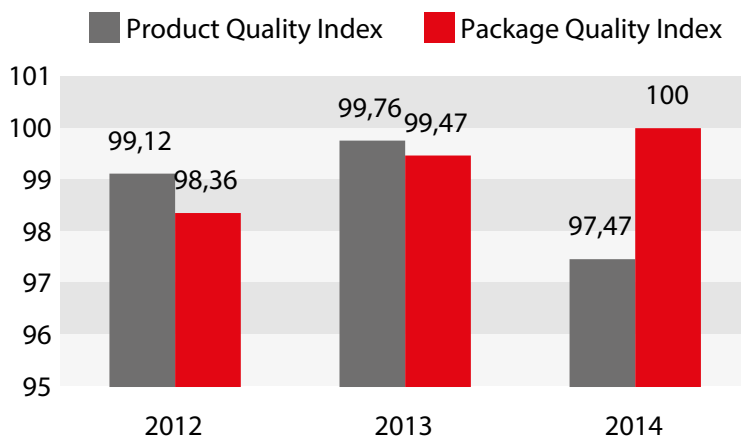
Споживачі можуть знайти додаткову інформацію про наші напої, склад та поживну цінність на наших веб-сайтах, а також на «гарячій лінії» для споживачів.

**Допомагаємо людям більше рухатись, підтримуючи спортивні проекти у кожній країні, де ми присутні.**



It means that our beverage plant — one of the most modern and most powerful plants in Europe — meets Coca-Cola standards and the highest Ukrainian and world quality standards. Setting annual goals for quality and safety of food products at all technological processes provides continual improvement and compliance with all the standards. Monitoring of product quality and package quality indices is one of the elements of quality management system.

### **Product and package quality indices, %**



All water used in our beverages complies, and in some case is even higher than the standards set by the World Health Organization and the Ukrainian legislation.

Independently selected samples are taken from stores on a monthly basis and tested in a specialized Coca-Cola laboratory in India for compliance with the Company quality standards. The program of annual water examination is conducted in the independent laboratory of SGS Institut Fresenius, German.

Besides, company requires its suppliers to follow the same requirements towards quality and food safety. Control over materials and services they provide is carried out through audits and incoming goods inspection.

International audit company annually conducts audit for compliance with ISO 9001, PAS 223, FSSC 22000.

## **Transparent Nutritional Information**

We believe well-informed people make the best decisions for themselves and their families. Progress begins with information. That's why we're putting calorie information up front to help

**Provide transparent nutrition information, featuring calories on the front of all of our packages**

We do not use ingredients that are genetically modified or derived from genetically modified organisms.



Consumers can find further information about specific beverages, ingredients and nutritional content through our websites and consumer response hotline.

**Help get people moving by supporting physical activity programs in every country where we do business**

про калорії на титульній стороні етикетки, а склад кожного напою можна прочитати на звороті. Наша мета – допомогти робити поінформовані рішення.

## Відповідальний маркетинг

Компанія Кока-Кола як ніхто знає і усвідомлює силу маркетингу. Так, у нашій компанії вже давно діє політика щодо маркетингу, спрямованого на дітей. Ми чітко дотримуємось взятого на себе зобов'язання не рекламувати свою продукцію дітям до 12 років, адже ми переконані, що лише батьки можуть вирішувати, що їхні діти повинні споживати.

Відповідно до нашої політики, наша реклама не може бути спрямована на дітей до 12 років, ми не розміщуємо рекламу під час дитячих передач. Звичайно, у деяких випадках важко виокремити аудиторію передачі чи каналу, але ми користуємось правилом, що якщо орієнтовна аудиторія на більше ніж 35% складається з дітей до 12 років, ми не купуємо такий рекламний час. Окрім того, на наших рекламних носіях ви ніколи не побачите дітей, які споживають нашу продукцію – хіба що діти зображені разом із батьками. Ця політика стосується усіх наших напоїв та усіх засобів реклами, у тому числі на телебаченні, на радіо, у друкованих ЗМІ, а також по можливості в Інтернеті та на мобільних телефонах.

**Проводити відповідальну маркетингову діяльність,  
у тому числі не рекламувати продукцію дітям до 12 років**

Наші правила відповідального маркетингу включають глобальну політику **не купувати рекламу**, безпосередньо направлену на аудиторію, яка на **понад 35% складається з дітей до 12 років**. Це стосується як телебачення, радіо та друкованих ЗМІ, так і, де доступні дані, мережі Інтернет та мобільних телефонів.



Наші **Глобальні правила щодо присутності напоїв у школах**, розроблені ще 2010 року, стосуються усієї нашої діяльності **у понад 200 країнах**, де ми працюємо.

## Маркетингові активації Coca-Cola® до УЄФА Євро 2012™

2012 р. залишиться у пам'яті всіх українців як рік Євро. Чемпіонат Європи з футболу став наймасштабнішою спортивною подією в сучасній історії України: 31 матч за 26 днів. А приготування й очікування тривали значно довше. Для Coca-Cola® підготовка до Євро розпочалась за два роки до самої події: ми щиро вірили в успіх Чемпіонату в Україні. Компанія Кока-Кола на правах офіційного партнера робила усе, аби європейська першість справді стала знаменною подією, а усі споживачі отримали приємні враження.

За кілька тижнів до початку УЄФА Євро 2012™ Польща та Україна приймали офіційний Кубок Чемпіонату, який побував у 7 містах Польщі та 7 містах України. Кока-Кола Україна використала цю унікальну нагоду для представлення різноманітних футбольних активацій та створення настрою. На Майдані Незалежності, поряд із самим Кубком, було розміщено зону активацій Coca-Cola®, яка пропонувала цікаві розваги: настільний футбол, караоке, фейс-арт.

Маркетингова кампанія «Шаленій від футболу!» зібрала понад 5 мільйонів зареєстрованих кодів, які виграли 600 000 призів: спеціальні брендovanі до Євро-2012 футболки, склянки, м'ячі і квитки на матчі Чемпіонату, серед яких 40 на фінал! У результаті Coca-Cola® стала брендом №1, який асоціювався з футболом у молоді (за результатами дослідження Української Маркетингової Групи), а більш ніж 60% населення вважало Coca-Cola® головним спонсором УЄФА Євро 2012™.

Активації Coca-Cola® в офіційних фан-зонах УЄФА було також одноголосно визнано найяскравішими і найцікавішими. «Шалені Клуби Фанатів» відвідало 400 000 осіб. Величезна 3D пляшка Coca-Cola® у футбольному стилі слугувала тлом для тисяч світлих і стала ще одним символом футбольного свята. Брендovanі гігантські кулі Coca-Cola® були

you make choices to meet your needs and those of your family. Our goal is to make informed decisions even easier.

## Responsible marketing

We recognize the power of marketing and the importance of doing so responsibly. We have reaffirmed our long-held policy of not marketing to children. We are committed to not marketing to children younger than 12 anywhere in the world because we believe parents and caregivers are in the best position to make decisions about what children eat and drink.

Under our policy, we do not directly target children younger than 12 in our marketing messages, and we do not advertise during programming specifically targeted to children. We do not buy advertising directly targeted at audiences whose makeup is more than 35 percent children younger than 12. And our advertising does not show images of children drinking our products unless the children are shown with a parent or caregiver. Our policy applies to all of our beverages and to all of the media outlets we use, including television, radio, print and, where data are available, Internet and mobile phones.

**Responsible marketing, including no advertising to children under 12 anywhere in the world**

Our responsible marketing guidelines include a global industry policy to **not buy advertising** directly targeted at audiences that are **more than 35% children under 12**. This applies to TV, radio and print, and, where data is available, to the Internet and mobile phones.



Our **Global School Beverage Guidelines**, developed in 2010, guide our practices across the **200+ markets** in which we operate.

## UEFA EURO 2012™ Marketing Activity

The largest and most significant event in Ukraine's modern history – UEFA EURO 2012 created some of the most unforgettable football moments through 31 matches played over 26 days. And the preparations and anticipation lasted for much longer. Coca-Cola® started preparing for EURO a full two years before the actual event in the belief it would be a success for Ukraine.

As an official partner of the Euro championships, Coca-Cola Ukraine created an environment to stimulate passion for football throughout all four host cities and raise enthusiasm among all Coca-Cola consumers.

A couple of weeks before the tournament started Poland and Ukraine welcomed the UEFA EURO Cup Trophy Tour. The Cup travelled to seven Polish and seven Ukrainian cities. This was a unique opportunity to create a more exciting football experience and raise passion levels ahead of the football. The Coca-Cola® activation zone featuring different entertainment: face painting, table football, and karaoke was installed on Maidan Nezalezhnosti, Kyiv's main square, where the Cup was displayed.

The Coca-Cola® National promotion generated more than 5 million registered codes and led to the redemption of more than 600,000 promotional prizes including: football branded T-shirts, glasses, balls and of course tickets to UEFA EURO 2012 matches, including 40 tickets to the final match. As a result, Coca-Cola® became the #1 football associated brand among youth (according to the Ukrainian Marketing Group agency), and more than 60% associated Coca-Cola® as being the main sponsor of the Euro event.

Coca-Cola® activities at the official UEFA fan-zones were recognised as the most engaging, exciting and fun. The Crazy Fan Clubs were visited by more than 400,000 people. A huge 3D





однією з розваг вболівальників, які очікували трансляцій в офіційних фан-зонах. Усього ж фан-зони УЄФА у 4 містах України відвідали понад 3 мільйони людей. Їм було роздано більш ніж 200 000 футбольних призів, з яких 100 000 – під час фінального матчу.

Ми творили історію разом. І ми переконані, що спогади про таку подію і надалі будуть надихати наших споживачів.

### **BonAqua® – вода із земних глибин**

BonAqua® – це питна вода для щоденного споживання, і ми дбаємо про те, аби вона була найвищої якості та відповідала смакам і потребам споживачів. BonAqua® видобувається із Сеноманського та Юрського водоносних горизонтів глибиною 220 і 380 метрів відповідно, що сформувались сотні мільйонів років тому. Від зовнішнього впливу воду в них надійно захищають щільні шари земних порід. З моменту видобутку і до розливу у пляшки BonAqua® проходить тільки механічну фільтрацію, що дозволяє її мінеральному складу залишатись незмінним.







Coca-Cola® football style bottle served as the background for thousands of photographs and became a real symbol of the football event. Giant Coca-Cola branded balloons were seen by fans watching matches at the Official Fan Zones. More than 3 million people who visited the UEFA fan-zones in four cities were given 200,000 football-related prizes and an additional 100,000 more were handed out during the final game.

We created history together and we are confident that the memories and the passion created through this spectacular event will continue to significantly have an impact the Coca-Cola system in Ukraine.

## BonAqua® – water from the Earth's depth

BonAqua® is a natural drinking water suitable for daily consumption, and we offer this high-quality drinking water to consumers. BonAqua® is extracted from a depth of between 220 and 380 metres from Jurassic and Cretaceous period aquifers that formed hundreds of millions of years ago. Solid rock effectively protects these water bearing layers. Thanks to the extraction process, bottling on site and a rigid quality control system BonAqua® is crystal-clear, maintains its natural taste and mineral qualities from the Earth.

In 2012 Arno Steguweit, Europe's leading water sommelier, tested Ukrainian BonAqua®, his opinion on the taste was impressive:

*«BonAqua® starts with a short sigh when opening the bottle, then on the palate it is very smooth and silky, with a cool and refreshing attitude. In middle part hardly any irritants are noticeable at all and the water on the tongue feels quite elegant. It offers a clearly stated character at this point. Just in the end there is a discreet bitterness that arises for a moment,*







У 2012 р. українську BonAqua® спробував перший в Європі водний сомельє Арно Штегувайт. Його висновок про смак був вражаючим:

*«Відкриваючи пляшку BonAqua®, ви відчуваєте легке «зітхання». Спробувавши воду, відчуєте чистий м'який смак і прохолодну свіжість. На піднебінні вона дуже легка і ніжна, витончено огортає язик; десь в глибині на мить виникає ледве помітна тонка гірчинка. А в присмаку залишається лише приємне відчуття свіжості...»*

Навесні 2013 р. BonAqua® змінилася заради піклування про планету. Нова пляшка BonAqua® постала в унікальній ЕКОформі, адже вона стала легшою і відтепер містить на 20% (у порівнянні з попередньою) менше пластику. А використання меншої кількості пластику означає економію природних ресурсів та сприяє зменшенню викидів CO2 у повітря. До того ж, тепер пляшка легко скручується, що дозволяє зменшити об'єми побутових відходів.

## Підтримка активного і здорового способу життя

### Співпраця з Фондом Кличко

Від 2006 р. благодійна організація «Фонд Кличко» та Кока-Кола спільно реалізують проект «Клич друзів — граймо разом!» з будівництва дитячих спортивних майданчиків, який вже поширився всією Україною. Метою проекту є відродження спортивної культури серед підлітків, повернення міській культурі традицій здорового способу життя, втілення ідеї дворового спорту для всієї родини. Майданчики мають розмір 10 на 10 метрів, відповідають всім сучасним екологічним вимогам та вирізняються стильним та яскравим дизайном.

Проект проходить на конкурсній основі. Учасникам пропонується поділитись своїм досвідом ведення активного здорового способу життя, написавши листа-заявку організаторам проекту, які й обирають переможців.

У 2013 р. формат конкурсу було змінено. Відтепер у конкурсі пропонується брати участь не громадам, а школам. Такий підхід приніс вражаючі результати – було отримано понад 700 заявок!

Впродовж 2012-2014 р.р. було споруджено 42 нових спортивних майданчиків. А загалом по Україні на кінець звітного періоду їх вже було 141.

Кожне відкриття нового майданчика – це свято для місцевої громади. На цю подію приходить усе село чи мікрорайон міста. У 2014 р. особливо пощастило дітям села Оксанина поблизу Умані Черкаської області. З нагоди відкриття до них у гості завітав Роджер Гонтле, Генеральний директор ТОВ «Кока-Кола Україна» та ушавлений боксер Володимир Кличко.

*but in the after-taste a satisfactory feeling remains. Its overall appearance can be described as clear, clean and crisp. Very pleasant!»*

In spring 2013 BonAqua® undertook some changes for the sake of the environment. A new bottle appeared in a unique ECOshape, which weighs much less and contains 20% less PET (compared to the previous bottle), using less plastic means preserving natural resources and a decrease in CO2 emissions. Also the bottle is easily crushed or compressed leading to decrease in the volume of household waste.

## Promoting Active Healthy Living

### Cooperation with the Klitschko Foundation

Since 2006 the charitable organisation «The Klitschko Foundation» and Coca-Cola Ukraine have conducted a joint project entitled, «Call your friends – Let's play together!» to construct children's sport playgrounds throughout Ukraine. The aim of the project is to foster a love of sport among teenagers, reintroduce the concept of healthy lifestyle in city culture, and promote the idea of sport at home for the whole family. The 10 square-metre playgrounds meet all environmental standards and are notable for their creative and fun design.

The project is competition based. Communities of at least 20 people are asked to describe their way leading active lifestyles and send it in a written-application to the project's organisers, who would then select the winners.

In 2013, the focus of the contest was changed from communities to schools. This new approach brought impressive results: more than 700 applications were received.

During 2012-2014, 42 new sport grounds were constructed across Ukraine, making 141 in total as of the end of reporting period.

Every opening of a new sport playground is a holiday for the local community. The event gathers the whole village or a district in a city. In 2014, Oksanyina village near Uman, Cherkasy region, was lucky to receive honorary guests: Roger Gauntlett, General Manager of Coca-Cola Ukraine, and Volodymyr Klitschko, world-known boxer, visited the school on the occasion of the new sport playground opening.

The project, however, does not stop on sports ground openings. The Klitschko Foundation continues to follow up, and or-





До речі, проект не закінчується відкриттям нових майданчиків. Фонд Кличко продовжує слідувати за тим, аби діти на майданчиках продовжували займатись, і влаштовує осінні «спартакиади» з-поміж тих, кому навесні було споруджено майданчики. У 2013-2014 р.р. усі могли слідувати за перебігом змагань та голосувати за свою улюблену команду у соціальних мережах. За результатами такого голосування спеціальний приз – поїздку до Києва – у 2013 р. виборола команда з міста Ровеньки Луганської області, а у 2014 р. через незначний відрив у голосах переможцями стали відразу дві команди – із села Савинці Вінницької області та села Веселівка Кіровоградської області. Загалом в он-лайн голосуванні взяло участь понад 12 тисяч осіб у 2013 р. і майже 18 тисяч у 2014 р.

### **Партнерство з Національним олімпійським комітетом України**

Компанія «Кока-Кола» є партнером Олімпійських Ігор в усьому світі від 1928 р.

В Україні міцні партнерські стосунки з Національним олімпійським комітетом України (НОК) почались у 1996 р. Спільно реалізовано багато проектів: Естафета Олімпійського вогню напередодні Олімпійських ігор в Афінах, конкурс на визначення олімпійського талісману для Олімпійської збірної України. Щороку проходять такі масштабні та яскраві заходи, як Олімпійський день, Всеукраїнський олімпійський урок, Герої спортивного року. 2013 р. Кока-Кола Україна влаштувала особливі активації під час Олімпійського дня та Олімпійського уроку у Києві. Це – дві найпопулярніші події, коли кожен може спробувати себе у різноманітних видах спорту просто на центральній вулиці міста. Тож у ці дні частина Хрещатика у Києві перетворювалась на легкоатлетичний майданчик Coca-Cola®. Спеціальні промоутери із «фан-сканерами» пропонували перехожим «виміряти» рівень енергії та радили спалити зайві калорії на майданчику. А кожному, хто впорався із шістьма видами вправ, діставався веселий фрісбі для подальшого заохочення до активного способу життя.





ganises an autumn competition among those who received the equipment. Children have to demonstrate their best skills on the equipment. In 2013 and 2014, the results of these competitions were posted in social media and were open to public voting. As a result of the vote, Rovenky Secondary School (Luhansk region) in 2013 and two teams, from Savyntsi in Vinnytsia region and Veselivka in Kirovograd region, won special trips to Kyiv.

More than 12,000 people participated in the online vote in 2013 and almost 18,000 – in the 2014 vote.

## **Partnership with the National Olympic Committee of Ukraine**

The Coca-Cola Company has partnered with the Olympic Games globally since 1928.

In Ukraine, strong partnership with the National Olympic Committee of Ukraine (NOC) started in 1996. We have jointly implemented a number of projects: an Olympic Torch Relay on the eve of the Athens Olympic Games, an Olympic mascot for the Ukraine National Team, and more. Such large-scale events as Olympic Day, Olympic Lesson, and Heroes of Sport's Year are held annually.

In 2013, Coca-Cola Ukraine organised additional activities during Olympic Day and Olympic Lesson in Kyiv. These are two popular events when anyone can try their hand at various types of sports right on the city's main street. On these occasions, part of Khreschatyk Street in Kyiv is turned into a Coca-Cola athletics field. Special promoters equipped with «fun scanners» were walking the street, testing energy levels and advising to people to spend extra time exercising. All participants who completed six types of exercise received a frisbee to continue their active lifestyle.

In 2014 Olympic Day in Kyiv has changed its location to Obolonska Naberezhna. The event fitted everyone and offered exercises in table football, balancing on the balanceboard; "Olym-





У 2014 р. «Олімпійський день» у Києві відбувся на Оболонській набережній. Тут кожен міг знайти заняття на свій смак: настільний футбол; тренування рівноваги на балансборді; олімпійська зарядка; численні конкурси, ігри і майстер-класи; традиційний легкоатлетичний пробіг з відомими українськими спортсменами.

Ці події зібрали у Києві близько 12 тисяч осіб. А завдяки представництвам НОК у 27 регіонах, Олімпійський день та Олімпійський урок прокотилися Україною, залучивши близько 3,5 мільйонів людей.

У 2013 р. співпраця з НОК поповнилась ще одним спеціальним проектом за грантової підтримки від Фундації Кока-Кола: «Do Like Olympians» («Роби, як олімпійці»).

Проект «Do like Olympians» дає можливість отримати майстер-клас від олімпійця – провести спортивну розминку під його безпосереднім керівництвом, поспілкуватися з чемпіоном без бар'єрів; отримати настанови та зарядитися енергією і оптимізмом, повірити у свої сили – так, як зробили герої-олімпійці, досягнувши найвищих вершин у спорті. Спеціальний комплекс вправ, який виконують олімпійці разом з дітьми та всіма охочими, був розроблений бронзовою призеркою Олімпійських ігор з художньої гімнастики Ганною Безсоною і розповсюджується на електронних носіях по школах країни.

Перша хвиля проекту, що тривала з грудня 2013 р. до червня 2014 р., охопила понад 130 шкіл країни. Учасниками розминки з зіркою спорту стали понад 8,5 тисяч учнів, а також близько 16 тисяч залучених глядачів, батьків, друзів. Та що найважливіше: понад 30% дітей почали робити зарядку щодня після участі у такому занятті з олімпійським чемпіоном.

## Спеціальна Олімпіада

Спеціальна Олімпіада — це найбільша у світі програма цілорічних спортивних тренувань та змагань для людей з вадами розумового розвитку. Заснована 1968 р. сестрою Президента США Джона Ф. Кеннеді, Юніс Кеннеді Шрайвер, Спеціальна Олімпіада стала глобальним рухом, який зараз налічує більше 3 мільйонів атлетів у більш ніж 180 країнах світу.

Спеціальна Олімпіада України офіційно заснована у березні 2002 р., хоча українські атлети з вадами розумового розвитку брали участь у міжнародних змаганнях Спеціальної Олімпіади та у кожних Світових Іграх ще від 1995 р.

Сьогодні Спеціальна Олімпіада України є всеукраїнською організацією, до якої залучено більше 18,7 тисяч атлетів у 17 регіонах країни. Тим не менш, ця кількість є лише невеликою частиною майже мільйона людей з вадами розумового розвитку, котрі мешкають в Україні.



pian” warming-up, participation in various contests, games and master-classes; and join traditional run with famous Ukrainian sportsmen.

These events gathered more than 12,000 people in Kyiv. Through the NOC representatives in 27 regions of Ukraine, Olympic Day and Olympic Lesson were spread nationwide, having engaged around 3.5 million people.

In 2013 cooperation between the NOC and Coca-Cola has expanded with one more special project under a grant support from The Coca-Cola Foundation: «Do Like Olympians».

This project offers participation in a master-class led by an Olympic sportsman, have a friendly talk with the sportsman without barriers, ask for advice and recharge with energy and optimism, grow belief in yourself – same way as Olympic sportsmen did. The special set of exercises performed by the children with

the sportsman was developed by Olympic Bronze winner Anna Bezsonova. A CD with the recorded exercises is distributed among schools across Ukraine.

The first wave of the project that lasted in December 2013 through June 2014 covered over 130 schools. Over 8,500 schoolchildren participated in the classes, and around 16,000 parents and fans were engaged. But what’s even more important: over 30% among those who participated in the “Do like Olympians” started their regular morning exercises.

## Special Olympics

Special Olympics are the world’s largest year-round programme of sports training and competition for individuals with intellectual disabilities. Founded in 1968 by Eunice Kennedy Shriver, the sister of US President John F Kennedy, Special Olympics has grown into a global movement that currently serves more than 3 million athletes in 180 countries all around the world. Special Olympics Ukraine was officially established in March 2002 through Ukrainian athletes with intellectual disabilities have been taking part in Special Olympic international events and every World Games since 1995.

Today Special Olympics Ukraine is a national-level organisation with more than 18,700 athletes in 17 regions of the country. However, this number is only a fraction of the approximately 1 million people with intellectual disabilities who live in Ukraine.

Since the Special Olympics were founded in 1968, The Coca-Cola Company has become its active global supporter providing funds and in-kind donations, including volunteer work, equipment, uniforms and other materials and services for Special Olympic competitions.

Since 2010 the Special Olympics in Ukraine receives grants from the Coca-Cola Foundation. Thanks to these grants, the «When We Compete We Don’t See Differences» programme was implemented in 2012, and the «I know I can!» programme in 2013. In 2014, five major events by the Special Olympics were supported with the grant. Among them – Special Olympics European Games, attended by 26 Ukrainian athletes. These programmes, first of all, aim to physically develop the Special Olympic athletes, and also focus on social inclusiveness and promoting tolerance towards people with special needs in Ukraine. Such sport events like European Basketball Week, Football Weeks, Special Olympics Ukraine Regional Games, and



Від моменту заснування Спеціальної Олімпіади 1968 р., компанія Кока-Кола стала її активним глобальним спонсором, забезпечуючи грошові та натуральні вклади, практичну добровільну допомогу, обладнання, уніформу та інші матеріали і послуги для змагань Спеціальної Олімпіади.

Від 2010 р. Спеціальна Олімпіада України отримує гранти від Фондації Кока-Кола в Атланті. За ці кошти 2012 р. було реалізовано програму «Коли ми змагаємось, ми не помічаємо різниці», а 2013 р. – «Я знаю, я можу!». У 2014 р. відбулось 5 значних заходів за підтримки Фондації Кока-Кола, серед яких найголовнішими стали Європейські ігри Спеціальної Олімпіади в Бельгії за участю 26 українських атлетів. Усі ці програми, перш за все, спрямовані на фізичний розвиток неповносправних людей, а також на соціальну адаптацію та розвиток толерантності до людей з особливими потребами в Україні. У рамках цих програм відбувались такі спортивні події як Європейський баскетбольний тиждень, футбольні тижні, регіональні ігри СОУ, а також багато інших змагань. У них взяли участь майже 3 тисячі атлетів і понад тисячу тренерів та волонтерів.

### **Зірки Жердини**

10 років поспіль Кока-Кола в Україні підтримує міжнародний атлетичний турнір «Зірки Жердини», який щороку проходить під патронатом Президента НОК та олімпійського чемпіона Сергія Бубки.

Турнір проводиться з 1991 р. та є найбільшою спортивною подією Донецька. Найкращі атлети, автори національних рекордів, олімпійські чемпіони з'їжджаються сюди з усього світу, щоб позмагатись один з одним. 1997 р. турнір було включено в офіційний спортивний календар IAAF (Міжнародна федерація спортсменів-аматорів). Неодноразово в ході турніру встановлювались світові рекорди. Тричі серед чоловіків (Сергій Бубка, найвищий показник 6,15 м у 1993 р.), і вісім разів серед жінок (Олена Ісінбаєва, Росія, максимальна висота – 5 м у 2009 р.)

У 2014 р. переможницею серед жінок стала Фабіана Мюрер (Бразилія), подолавши 4,62 м. А серед чоловіків першість виборов француз Рено Лавіленньї. Його висота – 6,16 м – стала рекордною не лише для 2014 р. Це новий рекорд, який тримався від 1993 р., коли Сергій Бубка «взяв» 6,15 м під час цього ж турніру «Зірки жердини».

### **«Шкіряний м'яч – Кубок Coca-Cola®»**

З 2010 р. Кока-Кола в Україні підтримує турнір «Шкіряний М'яч – Кубок Coca-Cola®». Власне турнір «Шкіряний М'яч» було засновано ще далекого 1965 р. в СРСР газетою «Комсомольська Правда». Мета турніру – пропаганда здорового способу життя серед підлітків та розкриття нових футбольних талантів. З приходом Компанії Кока-Кола турнір отримав не лише нову назву, новий сучасний логотип, але й нову історію розвитку та можливості.

Щороку турнір об'єднує сотні тисяч школярів у боротьбі за перемогу. Надихає юних спортсменів зірка українського футболу Сергій Ребров, чий професійний шлях також починався зі «Шкіряного М'яча».

Щороку близько 650 тисяч школярів з усієї України, об'єднаних у 50 команд беруть участь у цих змаганнях.

Регулярно Coca-Cola® створює унікальні та незабутні можливості для кращих гравців Турніру.

Як офіційний спонсор УЄФА Євро 2012™, Coca-Cola® відібрала більше 40 найкращих гравців сезону, які отримали почесне право винести прапор однієї з команд-учасниць Чемпіонату УЄФА Євро 2012™.

Також 8 талановитих юних гравців турніру «Шкіряний м'яч – Кубок Coca-Cola®» винесли прапори національних збірних на фінальному матчі УЄФА Євро 2012™. Для них цей вихід на футбольне поле залишиться у пам'яті на все життя, адже програма «прапороносці» – унікальна можливість, яку надає і може влаштувати лише Coca-Cola®!



many other tournaments take place within these programmes. Around 3,000 athletes and more than 1,000 coaches, volunteers and fans participate in the programmes.

## **Stars of Pole Vault**

For 10 years Coca-Cola in Ukraine has supported the Stars of Pole Vault tournament that takes place annually in Donetsk, Ukraine, and is organised by Sergiy Bubka, National Olympic Committee President and Olympic champion.

The tournament has been held since 1991 and is considered to be the biggest sporting event in Donetsk. The best athletes from all over the world, including national record holders and Olympic champions come to compete. In 1997 the tournament was included into the official sports calendar of the IAAF (International Amateur Athletic Federation). Many times world records were set: three times among men (including Sergei Bubka, Ukraine – maximum height 6.15 meters in 1993) and eight times among women (including Elena Isinbaeva, Russia – maximum height 5.00 meters in 2009).

In 2014 Fabiana de Almeida Murer (Brazil) won among women, having reached 4.62 meters. Renaud Lavillenie was the first among men. He conquered 6.16 meters, and it has become not only 2014 record. He has broken the 6.15 meters record established by Sergiy Bubka in 1993 at the same “Stars of Pole Vault” tournament.



## **«Leather Ball – Coca-Cola® Cup»**

Since 2010 Coca-Cola in Ukraine has been supporting the «Leather Ball – Coca-Cola Cup» tournament. The football tournament was founded in 1965 by the «Komsomolskaya Pravda» newspaper of the former USSR. The tournament aims to promote a healthy lifestyle among teenagers and to discover new footballing talent. With Coca-Cola joining the tournament, the latter was given the new name and a new modern logo – but what's more, a new phase in its development and new opportunities.

Annually, the tournament gathers hundreds of thousands of schoolchildren competing for victory. Ukrainian football star Andriy Rebrov, whose professional path also started from «Leather Ball», serves as an inspiration to young sportsmen.

Every year about 650,000 children united in some 50,000 teams from across Ukraine participate in this tournament.

Coca-Cola® also regularly creates unique and memorable opportunities for the best players of the tournament.

As an official partner in UEFA EURO 2012™, Coca-Cola® selected more than 40 of the best players of the season for an honourable mission to bear the flag of one of the team-participants during the matches of EURO 2012.

Eight of the most talented young players from the «Leather Ball – Coca-Cola Cup» tournament became the flag bearers at the final match of EURO 2012. They will likely remember running onto the field as flag bearers for the rest of their lives thanks to the unique programme only Coca-Cola could offer!

During the 2014 FIFA World Cup™, the Coca-Cola Company organized international children's football camp “Copa Coca-Cola” at Sao Paulo, Brazil. The Camp hosted 116 children from 28



Під час Чемпіонату світу з футболу-2014 Компанія Кока-Кола влаштувала міжнародний футбольний табір «Сора Соса-Кола Камп» поблизу міста Сан-Паулу у Бразилії. До табору з'їхались 116 учасників з 28 країн світу, де відбуваються схожі турніри на Кубок Соса-Кола. Сюди ж приїхали і Денис Галата та Денис Душкін, найкращі гравці команд-переможниць сезону 2012-2013 Всеукраїнського дитячого футбольного турніру «Шкіряний м'яч – Кубок Соса-Кола». Захопленню хлопців не було меж, адже їм випала унікальна можливість побувати на Чемпіонаті світу, поспілкуватись з відомими футболістами, познайомитись зі своїми колегами і потренуватись у складі міжнародних команд. Можливо, вже за кілька років ми побачимо їх серед світових зірок футболу.

### **Співпраця з Фондом Олени Пінчук АнтиСНІД**

Проблема епідемії ВІЛ/СНІДу продовжує залишатись актуальною в цілому світі. Як не прикро, але Україна займає одне з перших місць за рівнем поширення захворювання. Щодня в нашій країні реєструється 57 нових випадків захворювання, а 8 осіб помирає від цієї недуги. Особливо сумним є те, що 80% інфікованих – люди до 30 років.

Не бажаючи залишатись осторонь, компанія Кока-Кола у 2010 р. об'єднала зусилля із Фондом Олени Пінчук АнтиСНІД у боротьбі з цією страшною проблемою. А 2012 р. стартував проект під назвою «Safe Connection», метою якого були просвітницька діяльність серед молоді щодо проблеми ВІЛ/СНІДу та пропаганда активного здорового способу життя.

Проект розпочався із визначення рівня обізнаності українських інтернет-користувачів щодо проблеми ВІЛ/СНІДу. Результати виявились справді невіщими і показали, що лише 5% українських інтернет-користувачів виявляють зацікавленість до так званої «чуми ХХІ ст.». Тож наступним етапом проекту стало створення інтернет-платформи для просвітницької діяльності серед української молоді. У двох найпопулярніших соціальних мережах – Facebook та Vkontakte було створено сторінки Safe Connection. На цих сторінках молодь могла брати участь у дискусіях на тему ВІЛ/СНІДу, безпечного сексу та активного способу життя. Також, підлітки могли обговорювати тему ВІЛ/СНІДу з експертами в режимі онлайн. Вже за півроку сторінки Safe Connection змогли зібрати більше 1500 прихильників.

Наступний етап проекту відбувся влітку 2011 р. на території фестивалю електронної музики Казантип, де було організовано зону Safe Connection. Усі бажаючі могли прослухати тренінг на тему здорового способу життя, який проводив Олександр Педан – відомий український телеведучий. Близько 800 людей прослухали тренінг. Також, Кока-Кола та Фонд АнтиСНІД оголосили конкурс серед українських блогерів. За умовами конкурсу потрібно було описати 12 принципів здорового способу життя. Переможець отримував безкоштовну «візу» на Казантип.





countries around the world where similar Coca-Cola tournaments are held. Denys Halata and Denys Dushkin, the best players of “Leather Ball – Coca-Cola Cup” 2012-2013 season, participated in the camp. The boys enjoyed unique experience: visited the opening match of the World Cup, met famous football players, get acquainted with their mates from other countries and have a coaching session in international teams. We hope to see them among the world famous football players in a couple of years.

### **Cooperation with the Olena Pinchuk AntiAIDS Foundation**

Unfortunately, the problem of HIV/AIDS is becoming more and more dramatic for our country. Ukraine has one of the fastest growing HIV/AIDS epidemics in the world. Every day 57 new cases are registered and eight people die of HIV/AIDS in Ukraine. What's even sadder, is about 80% of HIV-positive people are under 30 years old.





2013 р. «Safe Connection» оформився в окрему діджитальну платформу. Ближче познайомитись з нею можна за посиланням <http://safeconnection.org/> і також продовжувати слідкувати у групах Facebook та Vkontakte.

Консультації експертів, чати із зірками, численні відео, фото та статті на тему активного способу життя та усього того, що дозволяє нам сказати ВІЛ/СНІДу голосно «НІ!».

Просвітницька діяльність проводилася не лише в онлайн-режимі. Так, у 2014 р. у рамках проекту організовано 5 тренінгів на теми активного здорового способу життя, у яких взяли участь 150 учасників. Окрім цього, освітніми матеріалами стали вебінари. У двох великих містах України – Києві та Львові – було проведено 2 офлайн-квести, кількість учасників яких сягнула 400.

Вже на сьогодні спільними зусиллями компанії Кока-Кола та Фонду АнтиСНІД в рамках проекту вдалось охопити аудиторію близько 15 мільйонів осіб. Усі ці люди змогли розширити свої знання про ВІЛ/СНІД, шляхи його передачі та способи профілактики захворювання.

## **Рух дарує життя**

Від 2012 р. наша компанія розпочала співпрацю та обмін міжнародним досвідом з ВГО «Асоціація превентивної та антеейджинг медицини» (АПАМ). Ця громадська організація об'єднує понад 13 тисяч лікарів з усієї України та проводить серед них просвітницьку діяльність, мета якої – через заходи профілактики та контролю вже наявних захворювань подовжити тривалість і підвищити якість життя населення України.

За підтримки спеціалістів з АПАМ спільними зусиллями у 2013 р. ми видали «Порадник для всієї родини» з активного способу життя; долучились до проведення тренінг-програм для лікарів «Хронічні захворювання: профілактика та контроль», що проходять у різних містах України (загалом у 2013-2014 р.р. – 20 тренінг-програм); провели «гарячі лінії» у пресі, під час яких спеціалісти Асоціації відповідали на численні запитання споживачів на тему гідратації, харчування, фізичної активності та здорового способу життя.

У 2013 р. АПАМ випустила у світ сайт «Живи активно» <http://zhyvyaktyvno.org/>. Це ресурс, де усі бажаючі можуть знайти вичерпну інформацію про активний спосіб життя та його складові. Тут розміщені різноманітні калькулятори здоров'я; лікарі-консультанти надають консультації з різних питань, що турбують; цікаві статті; дослідження; корисна інфографіка та сторінка блогів. Все це перетворює «Живи активно» на цілу науково-популярну

пізнавальну платформу. Окремий портал для лікарів – це ще одна унікальна особливість сайту. Лікарі, що стали відвідувачами сайту, за умови реєстрації отримують доступ до спеціальних наукових досліджень та науково-практичних статей, а також можуть проходити дистанційне навчання.

АПАМ також є партнером Національного олімпійського комітету, з яким наша компанія реалізовує багато проектів, спрямованих на поширення активного способу життя.

## **Кубок Coca-Cola® з футболу**

Активний спосіб життя та спортивний відпочинок – невід'ємна частина життя наших співробітників.



In order not to ignore the problem, Coca-Cola in Ukraine joined in efforts with the Olena Pinchuk AntiAIDS Foundation in 2010. And in 2012 they initiated the «Safe Connection» project aimed at raising awareness of HIV/AIDS among youth and promoting active lifestyles.

The project started with an internet survey to measure the rate of awareness of Ukrainian internet users about HIV/AIDS. The results were not cause for optimism and demonstrated only 5% of Ukrainian internet users showed any interest in the problem. Therefore, an internet platform for information dissemination on HIV/AIDS was created. The Safe Connection pages in Facebook and VKontakte provided space for young people to discuss HIV/AIDS topics, safe sex or chat with experts online. Within six months the number of Safe Connection users amounted to 1,500 people.

The next stage of the project took place in summer 2011 during the Kazantip electronic music festival. The Safe Connection Zone was created there. Training by Oleksandr Pedan, a famous Ukrainian TV presenter, was among its activities.

More than 800 people participated in the training. Additionally, Coca-Cola and the AntiAIDS Foundation announced a contest among bloggers who were to describe their 12 principles to active healthy living. The winner received free «visa» to the festival.

In 2013 «Safe connection» appeared as a digital platform – <http://safeconnection.org/>. It also continues its activities on a Facebook and VKontakte. Consultations by experts, chats with celebrities, photos and articles devoted to active healthy living – all this content helps us loudly say «NO» to HIV/AIDS.

The project also includes off-line activities. Thus, in 2014 five trainings on active healthy living were organized. They gathered 150 participants. Webinars have also become a part of the educational process. In addition, around 400 people participated in two off-line quests in Kyiv and Lviv.

As of today jointly Coca-Cola and AntiAIDS Foundation had reached an audience of 15 million people through the project's activities. All of these people have become more educated about HIV/AIDS, ways of its transmission and prevention.

## **Movement Gives Life**

In 2012 our company started cooperation and exchange of international experience with the Ukrainian Public Organization “Association of Preventive and Antiaging Medicine” (APAM). This NGO unites more than 13,000 doctors all over Ukraine and conducts educational projects for them. The goal of these projects is to educate medical specialists about preventive and control measures over current illnesses in order to increase the duration and quality of Ukrainians' life.

With the help of the “Association of Preventive and Antiaging Medicine” we have published an “Advisor for the Whole Family” about active lifestyle in 2013. Jointly we have launched a series of trainings “Chronical Illnesses: Prophylaxis and Control” for doctors. The trainings take place in various cities across Ukraine. Overall, we had 20 joint trainings during 2013-2014. In addition, there were “hotlines” with media during which people called to get experts' advice on nutrition, hydration, physical activities and healthy lifestyle.

In 2013, APAM has launched a website “Live Actively” <http://zhyvyaktyvno.org/>. This is a source of trusted information about active lifestyle and its components. The site contains various health calculators; provides access to consultations with experts; offers interesting publications, surveys and research data; useful infographics and blog pages. All these resources turned the platform into a popular scientific website. It also has an additional option for doctors – access to special scientific researches and research papers, as well as distant learning.

Furthermore, the “Association of Preventive and Antiaging Medicine” is a partner of the National Olympic Committee who helps us in implementing many projects in active healthy lifestyle.

Найяскравішим прикладом спортивного життя працівників компанії є внутрішній турнір «Кубок Кока-Кола з футболу». Турнір є національним, щорічно у ньому беруть участь понад 300 співробітників з усіх філій, заводу та головного офісу компанії.

Збірна команда Компанії успішно виступає на футбольних бізнес-змаганнях. Наприклад, у регулярному футбольному турнірі серед компаній-членів Американської Торгівельної Палати в Україні наша команда бере участь від 2005 р. і вже чотири рази ставала чемпіоном цих змагань.

### **Тиждень активного способу життя**

У жовтні 2014 р. для співробітників компанії було проведено «Тиждень активного способу життя». Через ряд активних і веселих заходів, ми щодня протягом тижня нагадували про важливість фізичної активності, стеження за харчуванням та балансом калорій.

Програма включала: внутрішній турнір з волейболу, ранкову зарядку, лекцію експерта зі збалансованого харчування та ряд конкурсів на спортивну тематику. У «Тижні активного способу життя» взяли участь 400 співробітників з головного офісу, заводу та філій.

### **Роби як Олімпійці!**

Проект «Do Like Olympians», ініційований Національним олімпійським комітетом (НОК) України, урізноманітнює активний спосіб життя співробітників у 2014 р. В «Олімпійських зарядках» під керівництвом 15 відомих українських олімпійців та Президента НОК України Сергія Бубки взяли участь близько 200 працівників Кока-Кола Україна та Кока-Кола Беве-ріджиз Україна. Правильно виконувати всі рухи допомагала відома українська гімнастка, автор комплексу вправ «Do Like Olympians», Ганна Безсонова.





## **Coca-Cola® Football Cup**

Active healthy lifestyles and fun sport activities became an essential part of our employees' lives. The internal Coca-Cola Football Cup is a prominent example. Being national, every year the Coca-Cola Football Cup involves more than 300 employees from all branches, plant and head office.

The company's national football team participates successfully in football business-competitions. For instance, our team has regularly taken part in the football tournament among the members of the American Chamber of Commerce in Ukraine since 2005 and has won the competition four times.

## **Move Week**

In October 2014 an internal programme Move Week was held with a full week of activities to raise awareness of the importance of physical activity and the caloric content of food, as well as providing opportunities to be active and have fun.

Program included internal volleyball tournament, morning exercises, expert's lecture on balanced nutrition and lots of themed contests. 400 employees from head-office, plant and branches participated in Move Week activities.

## **Do Like Olympians!**

Project "Do Like Olympians", initiated by the National Olympic Committee of Ukraine (NOC), added to the active lifestyle of Coca-Cola employees. In 2014 around 200 associates of both Coca-Cola Ukraine and Coca-Cola Beverages Ukraine participated in the "Olympic warm-ups" led by 15 famous Ukrainian sportsmen and NOC President Sergiy Bubka. Anna Bezsonova, a famous Ukrainian gymnast and author of the "Do like Olympians" exercises, guided the events.



# Будуємо сильні громади





# Building Strong Communities



«Зовсім нещодавно санаторно-оздоровчий центр соціальної реабілітації «Смарагове місто» був закладом, де діти-сироти з усієї Донецької області проходили реабілітацію. Та сувора реальність внесла корективи. Сьогодні наш центр став постійним прихистком від війни і бомбардувань для півтисячі дітей з інтернатів Донеччини. Компанія Кока-Кола однією з перших відгукнулась та надає нам посильну підтримку: питною водою, подарунками, спортивним обладнанням для дітей, екскурсіями та майстер-класами. Ми дійсно щиро вдячні! Знаючи, що компанія для багатьох є прикладом для наслідування, сподіваємось, що про наших дітей дізнаються й інші благодійники.»

*Галина Демченко  
Директор СОЦСР «Смарагове місто»*

«Quite recently the health improving social rehabilitation center «Emerald City» was a place for rehabilitation of orphans from the entire Donetsk region. But harsh reality has changed everything. Today half-thousand children from local orphanages take shelter from the war and bombardments in our center. Coca-Cola was among the first to give a helping hand to us. They supported our kids with drinking water, gifts, sport equipments, tours and master classes. We sincerely thank Coca-Cola! The Company has always been a good example to follow, so we hope now other philanthropists will learn about our children too.»

*Galyna Demchenko  
Director of Social Rehabilitation Center «Emerald City»*

«Ми маємо вражаючий досвід співпраці у гуманітарній сфері з компанією Кока-Кола Беверіджиз Україна. Вже кілька років компанія, відома своєю якісною продукцією та підтримкою соціальних проектів, є стратегічним партнером Товариства Червоного Хреста України. Ми високо цінуємо, що компанія надає допомогу людям постраждалим внаслідок конфлікту в Луганській та Донецькій областях та внутрішньо переміщеним особам. Ми також дякуємо співробітникам компанії, які долучились до програм донорства крові та турботи за літніми людьми разом із волонтерами Товариства Червоного Хреста. Наша співпраця з компанією стверджує істину, що сила гуманності розкривається найкращим чином тоді, коли настає час важких випробувань.»

*Іван Усиченко  
Президент Товариства Червоного Хреста України*

«Together with Coca-Cola Beverages Ukraine we have an impressive experience of cooperation in humanitarian aid. Known for its quality products and social projects, company is a strategic partner of the Ukrainian Red Cross Society. We appreciate Coca-Cola's efforts in supporting people affected by the conflicts in Lugansk and Donetsk regions and internally displaced persons. We also thank the company's employees that participated in the blood donation programs and elderly care programs together with Red Cross volunteers. Our cooperation with Coca-Cola confirms the fact that the power of humanity is revealed best when it's time of hardship. »

*Ivan Usichenko  
President of the Ukrainian Red Cross Society*





## Робоче місце і права людини



Успіх нашого бізнесу на пряму залежить від наших працівників.

Наша команда в Україні нараховує близько 1600 працівників.

Ми прагнемо залучати, розвивати і утримувати таланти, аби наш бізнес був успішним сьогодні і в майбутньому, завдяки:

- сприянню професійному та особистому розвитку співробітників;
- захисту їхнього здоров'я та добробуту, створення безпечних умов праці;
- встановленню відкритих і чесних взаємин;
- дотриманню прав людини;
- визнанню та нагородженню за результатами діяльності.

Для компанії чітке дотримання всіх 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 її працівниками вважається непорушним правилом нашого бізнесу. Однак Кока-Кола в Україні підтримує своїх працівників не лише в рамках чинного законодавства, а ще й запровадила низку додаткових матеріальних заохочень, які допомагають людям, які одружуються, народжують дітей чи в інших важливих подіях у їхньому житті.

Раз на три роки наша компанія проходить оцінку незалежного аудиторського складу на відповідність вимогам політики робочого місця та прав людини. У 2012 р. ми отримали найвищу «зелену» оцінку в рейтингу та підтвердили повну відповідність вимогам.

### Безпека на робочому місці

Турбота про працівників є однією з ключових цінностей компанії, що визначає підхід менеджменту до питань охорони праці.

Стандарт охорони праці, здоров'я, професійної та технічної безпеки OHSAS 18001 – це міжнародно визнана система, яка передбачає виконання вимог щодо нормативно-правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних та лікувально-профілактичних засобів та методів, що спрямовані на створення безпечних умов праці згідно з нормативно-правовими актами України, світовими стандартами Системи Кока-Кола, а також проведення попереджувальних заходів на підставі ідентифікації ризиків, їх усунення та зниження їх рівня для персоналу підприємства, підрядних організацій та відвідувачів.

Результатом впровадження на підприємстві OHSAS 18001 є постійне покращення умов праці, розробка і впровадження низки попереджувальних заходів, які допомагають уникнути порушень вимог до безпеки праці. «Кока-Кола Беверіджиз Україна» вже дев'ять років працює за цими стандартами, а міжнародна аудиторська компанія щорічно проводить аудит на відповідність OHSAS 18001.

# Human and Workplace Rights

Our daily business success depends on our employees.

Coca-Cola in Ukraine consists of a team of 1,600 employees.

We aim to attract, develop and retain the necessary talent for our business to succeed today and in the future by:

- Helping employees to develop professionally and personally;
- Protecting and promoting their health, safety and well-being;
- Engaging with employees openly and honestly;
- Respecting human rights;
- Recognising and rewarding performance.

Strict adherence to all legal requirements is a core responsibility and a matter of honour for our business. We maintain strict compliance with the Labour Code of Ukraine and all requirements for social protection and worker involvement. Exceeding legal requirements, Coca-Cola in Ukraine provides numerous other social benefits and incentives to support its employees on the occasion of marriage, childbirth and other important events in their lives.

Every three years the independent audit commission conducts workplace accountability assessments for compliance with workplace and human rights policies. In 2012 we received “green” mark and confirmed compliance with all requirements.

## Occupational Health and Safety

Caring for our employees is one of the core values of the company that defines the approach of our top-management to labour safety.

The OHSAS 18001 standard for occupational health protection and professional and technical safety management is an internationally acknowledged system that integrates the requirements of both regulatory legal acts and preventives, regulating, social and economic, sanitary and hygienic, medical and prophylactic means and methods to ensure safe labour conditions according to the regulatory legal acts of Ukraine, world standards of the Coca-Cola system and OHSAS 18001 requirements.

Implementing OHSAS 18001 results in continual improvement of working conditions and development and implementation of measures to prevent worker safety violations. Coca-Cola Beverages Ukraine has used the system for nine consecutive years to improve working conditions. An international audit company annually conducts audit for compliance with OHSAS 18001.

## Health and Safety Week «Safety First!»

Every year we organise Health & Safety Week, which includes lots of activities aimed at improving knowledge of occupational health and raising awareness of workplace safety.

In 2012-2014 during Health & Safety Weeks different activities were organised: a daily quiz with prizes, a themed Driver Day, First Aid Day and Fire Safety Day.

On Health & Safety Week each employee from the plant, head office, warehouse, technical service and delivery departments had the opportunity to participate in first aid training conducted by the Ukrainian rescue service, check how dry powder extinguishers work, get useful and necessary



## Тиждень охорони праці «Безпека понад усе!»

Щорічно компанія проводить тижні охорони праці, що включають низку заходів, направлених на покращення культури охорони праці та привернення уваги до безпеки на робочому місці.

У 2012-2014 р.р. під час тижнів охорони праці були проведені щоденні вікторини з цінними подарунками, тематичні дні водія, дні медичної допомоги, дні пожежної безпеки.

Протягом тижня охорони праці кожен співробітник заводу, офісу, складів, СТО та служби доставки мав можливість пройти тренінг по наданню першої медичної допомоги за участі працівників Центру спеціалізованої підготовки «Українська служба порятунку», особисто перевірити роботу порошкового вогнегасника, отримати корисні та необхідні знання беручи участь у вікторині, пройти тестування з навиків керування транспортними засобами на автодромі, перевірити знання правил дорожнього руху та перевірити транспортний засіб на відповідність санітарним вимогам (для водіїв вантажних транспортних засобів).

## Розвиток персоналу

Для «Кока-Кола» в Україні, як успішної і динамічної компанії, надзвичайно важливо, щоб наші працівники могли повністю розкрити свій потенціал. Компанія інвестує значні кошти в навчання і розвиток. Ми також надаємо можливість співробітникам бути відповідальними за своє кар'єрне зростання. За основу береться система планування кар'єри, яка чітко визначає сім основних сфер, в яких майбутні лідери повинні досягнути результатів: Бізнес та фінанси, Управління, Розвиток персоналу, Лідерство, Взаємовідносини, Ріст та інновації, а також Корпоративна соціальна відповідальність. Для кожної сфери ми визначаємо критерії досягнення.

## Академія Талантів

За навчання та розвиток наших працівників відповідає Академія Талантів – корпоративна структура, центром якої є Департамент організаційного розвитку Компанії. Опираючись на підтримку цінностей Компанії та її бачення відносно своїх працівників, Академія Талантів забезпечує процеси навчання, оцінки, індивідуального та професійного розвитку персоналу. Слід зазначити, що програми Академії талантів доступні кожному працівнику Компанії. Система навчання в Академії організована у замкненому циклі, заснованому на поступовому розвитку навичок, необхідних для кожного рівня управління – від найпростіших (як ефективне управління часом, комунікація) до комплексних лідерських (коучинг, розвиток персоналу, стратегічний менеджмент).

Щороку близько 500 співробітників беруть участь у тренінгових програмах з розвитку управлінських та лідерських навичок.

## Програми посиленого розвитку для високопотенційних співробітників

В Кока-Кола Беверіджиз Україна побудована злагоджена система розвитку кадрового резерву талановитих співробітників та побудови наступництва на усіх рівнях управління. Ефективність роботи даної системи забезпечується за





knowledge from the quiz, test their driving skills on a racetrack, test their knowledge of traffic rules and test cars for compliance with sanitary requirements (for truck drivers).

## **People Development**

For Coca-Cola in Ukraine to be a successful and dynamic company it is extremely important that our employees can reach their full potential. The Company invests significantly in learning and development. We also empower employees to take responsibility for their career development. The foundation is our career planning framework which clearly outlines the seven core areas in which aspiring leaders must excel: Business and Financial Results, Management, People Development, Leadership, Relationships, Growth and Innovation, as well as Corporate Social Responsibility. For each area, we define the measure of success.

## **Academy of Talents**

The Academy of Talents is a corporate structure within the Department of Organisational Development, which is responsible for employee education and development. Being focused on the maintain the company's values and its vision for employees, the Academy of Talents organises an educational process, a process of employee performance rating and individual planning for personal and professional development. It is worth mentioning that the projects of Academy of Talents are available to all employees. The system of training at the Academy is organised as a closed cycle based on the gradual development of the skills needed for each level of management – from the simplest (such as time-management and communication) to complex leadership skills (such as coaching, staff development, and strategic management).

Annually, about 500 employees take part in training programmes for the development of management and leadership skills.



## **Fast Forward Development Programmes for High Potential Employees**

At Coca-Cola Beverages Ukraine we've built well-coordinated systems of talent development and mentoring at all levels of management. The effectiveness of the system is provided for with programmes to fast forward development of high potential employees.

After conducting a potential assessment (more than 30 centres and development forums for the potential assessment of nearly 400 employees are conducted annually) the company focuses on the best employees, their professional and individual development and rapid preparation for new roles. The company invests in talent through granting them greater scope in influencing business processes (conduct of business-projects), in studies (seminars, conferences and others), in adopting experience from leading experts (tutorship, mentoring and coaching). Annually about 100 employees are found to be high-potential and take part in the Fast Forward Development Programmes. According to results for 2014, 22 participants of Fast Forward Development Programmes got promotions.

допомогою програм посиленого розвитку високопотенційних працівників. Після оцінки потенціалу (більше 30 центрів та форумів розвитку з оцінки потенціалу проводиться щорічно для майже 400 співробітників) кращі із кращих отримують спеціальний фокус з боку Компанії, спрямований на їхній професійний та індивідуальний розвиток та швидку підготовку до наступної ролі у своїй кар'єрі. Компанія інвестує у таланти через надання розширених можливостей у впливі на бізнес процеси (ведення бізнес-проекту), у навчанні (семінари, конференції тощо), у запозиченні досвіду від провідних експертів (наставництво, менторинг та коучинг).

Щороку близько 100 співробітників визнаються високопотенційними та беруть участь у програмах посиленого розвитку. У 2014 р. 22 з них отримали підвищення по посаді.

### **Програма підготовки майбутніх управлінців**

31 серпня 2012 р. стартувала програма підготовки майбутніх управлінців Coca-Cola Management Trainee. Вона направлена на приваблення та розвиток молодих талановитих випускників вишів, які покликані в майбутньому стати керівниками. Набір груп учасників проводиться щорічно. Програма розрахована на 2 роки, у перший з яких учасники квартально стажуються у основних бізнес-функціях – з метою набути розуміння корпоративних процесів в цілому. Другий рік призначений для формування функціональних навиків у цілому для подальшої побудови кар'єри департаменті.

У 2012 р. було обрано 12 учасників, 7 з них успішно пройшли перший рік стажування. До фіналу програми у 2014 р. дійшли 4 учасники. Вони перейшли на новий рівень управління та стали супервайзерами.

У 2013 р. до нас приєдналися 11 учасників нового набору програми. Після оцінки результатів першого року 4 з них перейшли на другий рік стажування.

### **Програма практики для студентів**

У звітному періоді компанія двічі набирала по 5 студентів серед сотень бажаючих на програму практики. Учасники мали можливість зробити перший крок у своїй кар'єрі, познайомитися з бізнесом, культурою та традиціями компанії, отримати досвід роботи відповідно до своєї освіти, вчитися у найкращих функціональних наставників. Практика учасників в компанії тривала 6 місяців на умовах гнучкого графіку (16 годин на тиждень). Студенти стажувались у маркетингу, службі персоналу, технічному департаменті, мікробіологічній лабораторії, відділі якості та у відділі закупівель.

### **Підтримка експертів всередині Компанії**

У кожного співробітника, від спеціаліста до топ-менеджера, який володіє цінними функціональними знаннями та досвідом, є можливість бути визнаним та ділитися своїм досвідом із іншими. Компанія підтримує поширення досвіду: історії успіху наших працівників, поради професіоналів та авторські публікації менеджерів компанії на актуальні для бізнесу тематики, що публікуються у спеціальному розділі внутрішнього веб-сайту.

### **Створення умов для самостійного навчання**

Від 2014 р. усі тренінгові активності, їх розклад та учасники фіксуються в системі дистанційного навчання Learning Pro.

Для підтримки нових працівників компанії функціонує вступний курс, що полегшує їх адаптацію та забезпечує необхідною інформацією про компанію.

З метою розширення можливостей для професійного розвитку своїх працівників Кока-Кола Беверіджиз Україна має власну бібліотеку професійної та бізнес-літератури, що постійно поповнюється, наразі вона нараховує понад 700 книг. Кожна регіональна філія також має власну бібліотеку.

## Management Trainee Programme

The Coca-Cola Management Trainee Programme started on August 31, 2012. It is oriented towards the attraction and development of talented young graduates who are called on to become future leaders. The recruitment of participants is held annually. The programme lasts for two years, in the first year participants work in turn each quarter as trainees in key business functions – with the aim of understanding general corporate processes. The second year is designed to form functional skills in targeted departments for further career building. 12 participants were chosen in 2012, 7 of them successfully completed the first year of internship. In 2014 after the final review, 4 participants confirmed potential for the next role and became supervisors.

In 2013 we welcomed 11 new participants of the programme. After the assessment of first year's results 4 of them got an opportunity to continue internship.

## Internship Programmes

In the reporting period the company twice chose 5 students out of hundreds of potential participants for internship programme. This was a unique opportunity to take the first career step, become familiarised with the business, culture and traditions of the company, to practice in accordance with education and to learn from the best functional mentors. Within 6 months participants interned under a flexible schedule (16 hours per week) in such departments as marketing, HR, technical, microbiology, quality assurance and procurement.



## Expert Support within the Company

Every employee, from specialists to top-managers with valuable functional knowledge and experience has an opportunity to be recognised and share his/her experience with others. The company encourages the sharing of expertise: employee success stories, advice from professionals and managers' publications on actual business topics are available in a special section of the intranet site.

## Creating Conditions for Self-study

Since 2014 all training materials, information on schedule and participants are fixed in the Learning Pro system.

For new employees we have special Induction course, which facilitates newcomers' adaptation and broadens their knowledge about company.

To expand opportunities for the professional development of employees, Coca-Cola Beverages Ukraine has founded its own library of professional literature that is constantly updated and at present has more than 700 books. Each of our regional branches also has its own library.

We believe these actions are part of the investments in the future, such as increasing loyalty and employee motivation, transferring of knowledge within the company, developing and retaining talent, and greater achievements in the company's business performance.



Ми віримо, що всі ці ініціативи принесуть повернення інвестицій у вигляді підвищення лояльності і мотивації співробітників, передачі накопичених знань усередині компанії, розвитку і утриманні талантів, а також досягнення бізнес-показників Компанії.

## **Залучення працівників**

Один із основних принципів, сповідуваних нашою компанією — це залучення співробітників до процесу безперервного покращення трудових процесів. Щоб уникнути застою, всі сфери нашої діяльності підлягають постійному перегляду, аналізу та плануванню.

## **Інновації від працівників**

Одним із способів залучення працівників є Програма інноваційних пропозицій. Започаткована у 2003 р. Програма має на меті надихати та гідно винагороджувати працівників за інноваційні пропозиції, здатні покращити ефективність бізнес-процесів. Щоквартально визначаються 3-4 найкращі пропозиції. Від 2012 р. Програма інноваційних пропозицій функціонує і на підприємстві «Квас Беверіджиз».

У звітному періоді близько 100 працівників взяли участь у Програмі. Надані пропозиції були цікавими, іноді несподіваними, але дуже корисними.

## **Програма MIT (Marketing Impact Team)**



Ще одним прикладом залучення співробітників Компанії є програма MIT, основною метою якої є максимальне використання потенціалу території напередодні літнього сезону.

До участі залучаються співробітники відділів, не пов'язаних безпосередньо з продажем продукції. За період МІТу учасники встигають зрозуміти особливості роботи «в полях» та долучитися до налагодження партнерських відносин з нашими замовниками. Метою програми є: збільшення кількості активних замовників, встановлення холодильного та маркетингового обладнання, покращення представленості в торгових точках.

У звітному періоді програма MIT проходила двічі: у березні 2012 р. та травні 2013 р., охоплюючи всі торгові філії компанії. Результати за 2 роки: відвідано понад 20 тисяч замовників, встановлено понад 2 тисячі холодильників та 25 тисяч одиниць маркетингового обладнання.



## Employee Engagement

One of key principles our company adheres to is employee engagement in continual improvement processes. To avoid stagnancy, all of our activities are subject to regular review, analysis and planning.

## Innovations from Employees

One of the ways engage employees is our Innovations Programme. Founded in 2003, the programme aims to inspire and reward employees for new ideas that help improve the effectiveness of business processes. Every quarter the three or four best suggestions are chosen. Since 2012 the employee engagement programme has been successfully running at Kvass Beverages.

In the reporting period about 100 employees participated in the programme. A number of interesting, sometimes unexpected and often highly valuable proposals were submitted.



## «Marketing Impact Team» Programme

Aimed at maximising the usage of regional potential before summer season, Marketing Impact Team (MIT) programme is a good example of employee engagement.

Every year employees from various departments, which are not directly involved in sales, take part in this programme. During MIT week the participants get a good understanding of the merchandiser's work, while making their contribution towards the development of partnership relations with customers. The programme's objectives were: to increase the number of active customers, coolers and marketing equipment installations, boosting our presence in outlets.

In the reporting period the MIT programme ran twice: in March 2012 and May 2013. All company branches were covered: more than 20,000 customers were served, more than 2,000 coolers and 25,000 in marketing equipment was installed.

## Internal Audit

Ensuring an appropriate system of quality, food product safety, labour hygiene and environmental management is feasible with introduction and certification of efficient management systems in accordance with the ISO 9001, ISO 22000, OHSAS 18001 and ISO 14001 Standards during all stages of the technological process.

Internal audit is one of the most effective methods of internal control for Standards improvement. It is a systematic analysis, which allows for controlling compliance with the Standards used by the Coca-Cola System all over the world.

Internal audits, sometimes called «audit by one-side», are conducted with other organisations involvement or by the organisation itself. We have created our own team of internal auditors. The internal audit plan for «Coca-Cola Beverages Ukraine» is scheduled for one year. The whole territory is divided into 33 districts. Each of the districts is evaluated by a single auditor or a group of auditors depending on its complexity and size.

About 20 specialists from different departments review the compliance of Coca-Cola Beverages Ukraine with international and Coca-Cola standards, the state standards of Ukraine and evaluate the level of the audit's requirements for implementation.

## Внутрішній аудит

Забезпечити належну систему якості, харчову безпеку продукту, гігієну праці та екологічне керування можливо за допомогою впровадження та сертифікації ефективних систем управління згідно зі стандартами ISO 9001, ISO 22000, OHSAS 18001 та ISO 14001 на всіх стадіях технологічних процесів. Однією з найдієвіших методик внутрішнього контролю для покращення впровадження цих стандартів є внутрішній аудит.

Це — систематичний аналіз, який дозволяє визначити відповідність стандартам, яких дотримується Система Кока-Кола в усьому світі.

Внутрішні аудити, які іноді називають «аудитами першої сторони», проводяться із залученням інших організацій, або самою компанією. Ми створили власну команду внутрішніх аудиторів.

План проведення внутрішніх аудитів «Кока-Кола Беверіджиз Україна» розрахований на рік. Вся територія розділена на 33 дільниці. Кожна з дільниць перевіряється одним або групою аудиторів, в залежності від її складності та розміру.

Майже 20 спеціалістів з різних підрозділів щорічно перевіряють «Кока-Кола Беверіджиз Україна» на відповідність міжнародним стандартам, вимогам Компанії Кока-Кола, державним стандартам України та оцінюють ступінь виконання критеріїв аудиту.

## Компенсації та пільги

### Винагорода за працю

У компанії політика визначення заробітної плати розроблена таким чином, щоб забезпечити її конкурентоспроможність на ринку праці, відповідність до бізнес-потреб та залежність від ключових результатів бізнесу. Заробітна плата залежить від рівня посади, досвіду працівника, його навичок та результатів роботи. Її розмір коригується відповідно до тенденцій на місцевому ринку праці до рівня, визначеного керівництвом. Як правило, вона адмініструється та обговорюється в сумах, враховуючи податки та відрахування. Компанія сама проводить усі необхідні відрахування відповідно до українського законодавства.

Також працює система винагород для покращення результатів роботи, своєчасного і якісного виконання поставлених цілей. Винагорода має фіксований розмір, який нара-

ховується на щомісячній основі відповідно до виконання визначених критеріїв, наприклад, обсягів продажу та доставки чи ефективності виробництва.

### Медичне страхування

Пільгова програма медичного страхування працівників працює вже багато років. Вона охоплює усі основні види лікарської допомоги під час хвороби і надає людям більше впевненості у житті і праці. На сьогодні Програма охоплює понад 1 300 працівників. Крім того з 2013 р. Програма медичного страхування функціонує за посередництвом страхового брокера,





# Compensations and Benefits

## Rewarding

The Company's wage determination policy is designed to ensure its competitiveness in the labour market, business needs compliance and dependence on key business results. Wage depends on position, employee experience, his/her skills and performance. Its rate is adjusted according to trends in the local labor market and the level is determined by management. Generally it is administered and discussed in the amounts, including taxes and deduction. According to Ukrainian legislation the company itself is liable for all the necessary deductions.

Besides, we have a set bonus system, which contributes to increasing the employees' interest in improving their results, timely and quality execution of goals set. The bonus is fixed, and it is calculated based on monthly performance in accordance with the determined criteria – such as sales volume and delivery, production efficiency.



## Medical Insurance

Preferential health insurance program is implemented in the Company and has been running for many years. The insurance covers all main aspects of medical assistance in case of illness, providing employees with greater certainty in life and work. More than 1300 employees are covered by the Program as of today.

In addition, since 2013 the health insurance program operates through intermediary of an insurance broker who provides consultations to employees as well as helps in dealing with difficult insurance claims.

## Children's Holidays

Our Company pays special attention to employees' children, caring about their health and activities during the summer holidays. Company employees, who have children aged 7-14 years old, can send them to the summer camp. The company defrays the main part of expenses and together with their parents chooses the camp.



який не лише надає консультаційну підтримку працівникам, а й допомагає у вирішенні складних страхових випадків.

### **Дитячий відпочинок**

Наша Компанія приділяє особливу увагу дітям працівників, турбуючись про їхнє здоров'я та відпочинок під час канікул. Зокрема, працівники компанії, які мають дітей віком від 7 до 14 років, можуть відправити їх на відпочинок до літнього табору. Компанія бере на себе значну частину витрат на відпочинок та індивідуально підходить до вибору табору, враховуючи побажання батьків.

Окремої уваги заслуговує організація дитячих новорічних вечірок — грандіозних святкувань із веселими розвагами, конкурсами та подарунками.

### **Незамінний досвід**

Ми цінуємо наших працівників за їхній внесок та вдячні кожному з них за плідну працю. Розроблена та проводиться Програма заохочування працівників з нагоди 5, 10, 15 та 20-річного ювілею роботи в компанії. Наприкінці кожного місяця ми збираємося разом на урочисте святкування Дня ювіляра! Керівництво компанії урочисто дарує ювіляру пам'ятний сувенір.

З початку дії Програми 1152 працівники отримали срібну відзнаку за 5 років роботи в компанії, 411 працівників – золоту відзнаку за 10 років, 102 працівники – кришталевий глобус за 15 років, 5 працівників за 20 років сумлінної праці в компанії отримали спеціальний подарунок – відзнаку та подарунковий сертифікат на грошову суму.



## **Підтримка розвитку молоді**

### **Музей Coca-Cola®**

У жовтні 2012 р. було відкрито найбільший у Європі інтерактивний Музей Coca-Cola®. Відкриття музею було присвячено 20-річчю роботи компанії Кока-Кола в Україні.

Музей складається з великої кількості тематичних експозицій і кінозалу. Його унікальність полягає не лише у використанні найсучасніших презентаційних технологій, зокрема, геліодисплея, що створює 3D проекційне шоу; інтерактивного озера з віртуальними рибами,



Special New Year's parties for children are also organised as exciting celebrations with fun-filled entertainment, competitions and gifts.

## Unique Experience

We respect and honour our employees for their contribution and are thankful to everybody for fruitful labour. The company has a Motivation Programme for employees who have served 5, 10, 15 and 20 years. At the end of every month we come together and celebrate Anniversary Day. The company leaders award employees celebrating an anniversary with special prizes. From the beginning of the programme 1,152 people have received silver badges for five years of service, 411 – gold badges for 10 years, 102 employees – crystal globes for 15 years and 5 employees for 20 years of good work received special awards and gift certificates.

## Supporting Youth Development

### Coca-Cola® Visitors' Centre

In October 2012 Europe's largest interactive Coca-Cola® Visitors' Centre has been opened. The opening ceremony was devoted to the 20th anniversary of Coca-Cola in Ukraine.

The Visitors' Centre consists of many themed displays and a cinema. It is equipped with the most advanced presentation technology, including a heliodisplay that projects a 3D show; an interactive lake with virtual fish and is distinctive in its approach to exposition content: besides the invention and development history of the world-famous drink, a large part is dedicated to the environment, water resources, and the importance of their sustainable use.

The excursion programme also includes a plant tour providing opportunity to witness the process of our beverages production.

64,000 guests attended our Visitors' Centre in 2012-2014.

### Rich Kids® Juice Plant in KidsWill

In November 2014 a new station was opened in the children's professions town KidsWill – Rich Kids® Juice Plant.





а і у підході до наповнення експозиції – разом з історією народження та виробництва найбільш відомого у світі напою, важлива її частина присвячена питанням захисту довкілля, водним запасам Землі та необхідності дбайливого ставлення до них.

Екскурсійна програма для організованих груп також включає відвідування заводу, де можна на власні очі побачити технологічний процес виробництва наших напоїв.

У 2012-2014 р.р. у нашому музеї побувало 64 000 відвідувачів.

### **Завод соків Rich Kids® у місті дитячих професій KidsWill**

У листопаді 2014 р. у дитячому місті професій KidsWill відбулось відкриття нової станції – Завод соків Rich Kids®.

Юні дослідники мають можливість прослідкувати шлях виробництва соку: від збору плоду на дереві до готового напою у пакеті. Тут розташований чарівний сад, де вирощують екологічно чисті фрукти та технологічний блок з новітнім обладнанням.

На заводі Rich Kids® можна освоїти професію технолога. У веселій розважально-навчальній атмосфері юні технологи виготовляють свій перший смачний сік.



### **Дитячий фестиваль**

#### **«Змінимо світ на краще!»**

Компанія є давнім партнером міжнародного дитячого фестивалю «Змінимо світ на краще!».

Започаткований 2001 р., фестиваль надає можливість для спілкування дітей різних національностей та віросповідань, виховання у підростаючого покоління толерантності у вирішенні глобальних і локальних проблем людства. За свою 13-річну історію участь у фестивалі взяли майже 10 тисяч представників з 77 країн світу.

2012 р. під час фестивалю було проведено 3-тю сесію Генеральної Асамблеї МГО «Всесвітня Дитяча Ліга Націй». А у 2013 р. в рамках фестивалю вперше відбувся Дитячо-молодіжний саміт ОБСЄ.

Підтримувати атмосферу гарного настрою допомагає Кока-Кола, організовуючи для учасників щорічно мистецькі акції, конкурси, які об'єднують дітей різних національностей за спільними творчими завданнями. У 2012 р. під час акції «Друзі Кока-Кола» учасники фестивалю у форматі «флеш-моб» утворили найбільшу пляшку Кока-Кола. «Жива пляшка» сягнула 8-ми метрів завширшки і 24-х метрів завдовжки. У створенні рекорду взяли участь 700 дітей з 54 країн світу. «Флеш-моб» увійшов до Книги рекордів України!

### **Фестиваль дитячого читання «Книгоманія»**

2007 р. Кока-Кола в Україні долучилася до організації Форуму видавців у Львові, який є унікальною соціальною, культурною та інтелектуальною подією року. Окремими заходами Національний форум видавців заохочує до культури читання дітей та молоді. Це – Фестиваль дитячого читання «Книгоманія» та Всеукраїнський конкурс «Найкращий читач України», які продовжує підтримувати компанія Кока-Кола в Україні. Цей конкурс охоплює школярів в усіх регіонах, а найкращі з них – переможці регіональних конкурсів – отримують у подарунок поїздку до міста Львова, де вони мають можливість зустрітись з відомими

Young explorers can join all stages of juice production – from a fruit tree to a finished product. There you can find a charming garden where eco-fruits grow and technological station with the latest equipment.

Kids can try themselves as technologists. In a fun entertaining and educational atmosphere of Rich Kids® Plant young technologists learn to make their first delicious juices.

### **Festival «Let's Change the World for the Better!»**

Coca-Cola is a long-time partner of the «Let's Change the World for the Better!» festival.

Launched in 2001, the festival promotes communication between children of different nationalities and religions and the development of tolerance among young people, which in turn helps them in solving global and local human problems. For 13 years about 10,000 young people from 77 countries have visited the festival.

During the 2012 festival the third session of the General Assembly of the International NGO «International Children's League of Nations» took place. In 2013 the OSCE Children and Youth Summit was organised for the first time within the framework of the festival.

Coca-Cola helps to maintain a good atmosphere by organising art events and competitions that bring children of different nationalities together for creative common tasks.

In 2012 during the flash mob «Friends of Coca-Cola®» participants made the largest bottle of Coca-Cola. «Living bottle» reached a size of 8 metres wide and 24 metres long. Some 700 children from 54 countries participated in creating the record. «Flash mob» got into the Record Book of Ukraine!

### **Festival of Children's Reading «Bookmania»**

In 2007 Coca-Cola Ukraine started a partnership with the National Publishers' Forum which takes place every year in Lviv. This is a unique social, cultural and intellectual event on the Ukrainian calendar. The National Publishers' Forum organises special events to encourage reading among children and youth – the Festival of Children's Reading «Bookmania» and the national contest «Ukraine's Best Reader», which Coca-Cola continues to support. This contest encompasses schoolchildren in all regions across Ukraine, and the best of them – winners of the regional rounds – are granted a trip to Lviv, where they meet famous writers and artists, as well as take part in interactive performances and quizzes.





письменниками та співаками, а також взяти участь в інтерактивних спектаклях, вікторинах та квестах.

Щороку до 200 000 школярів в усіх регіонах бере участь у конкурсі «Найкращий читач України».

Близько 60 фіналістів приїжджає до Львова для участі у завершальному етапі конкурсу та фестивалі «Книгоманія».

## Благодійні програми для соціально незахищених дітей



Компанія не лише надає пряму фінансову допомогу та виділяє продукцію для дитячих будинків, але і підтримує волонтерську діяльність серед співробітників у цьому напрямі.

У 2012-2014 р.р. ми організували 12 хвиль благодійного збору подарунків для сиріт, дітей з обмеженими можливостями та дітей-переселенців.

Ми приділяємо особливу увагу створенню умов для активного і здорового відпочинку для дітей груп ризику. Для Кока-Кола Беверіджиз Україна стало традиційним відвідувати літній табір в с. Соболівка, де щороку відпочивають понад 200 дітей з дитячих будинків та реабілітаційних центрів з усієї Броварщини. У звітному періоді під час 2-х таких візитів наші співробітники передали дітям подарунки та спортивний інвентар для активного відпочинку, а також «позмагались» з малечєю під час турніру з пляжного волейболу. А у червні 2014 р. ми відкрили спортивно-розважальний майданчик для вихованців дитячого будинку «Надія» у с. Мокрець Броварського р-ну. Ці заходи були організовані у партнерстві з БФ «Благомай».

Із року в рік компанія намагається залучати як найбільшу кількість співробітників до відвідування дитячих соціальних закладів – не лише колег з центрального офісу й заводу, а і торгові філії. Так, у грудні 2014 р. новорічний благодійний караван Кока-Кола пройшов всією країною – наші співробітники з 12 міст відвідали 15 дитбудинків і соціально-реабілітаційних центрів, в яких живуть і навчаються 1462 дітей!

Для співробітників «Кока-Кола Україна» також стало доброю традицією у День Святого Миколая відвідувати важко хворих дітей. Так, у 2012 р. 20 волонтерів компанії відвідали дітей-пацієнтів Національного інституту раку, а у 2013 р. – пацієнтів Центру СНІДу при Національній дитячій спеціалізованій лікарні «Охматдит». Розважальну програму та подарунки було влаштовано на кошти, зібрані самими співробітниками.

Від 2014 р. ми опікуємось також центром соціальної реабілітації дітей-сиріт «Смарагдове місто» у м. Святогірськ Донецької області. У центрі перебуває близько 500 дітей переселених з інтернатів зони бойових дій на сході України.



Annually around 200,000 young competitors take part in the contest «Ukraine's Best Reader».

Around 60 regional winners arrive in Lviv for the finals during the «Knyhomania» Festival.

### **Charitable Programmes for Socially Vulnerable Kids**

Along with financial support and free beverages for orphans and kids with special needs, Coca-Cola in Ukraine also promotes employee volunteer activities in this area.

In 2012-2014 we organised 12 waves of charitable collection of presents for orphans, children with disabilities and children displaced from conflict zones.

We give special attention to creating conditions for active and healthy leisure for vulnerable kids. It has become a good tradition for Coca-Cola Beverages Ukraine to visit Summer Camp in Sobolivka village, where more than 200 children from orphanages and social rehabilitation centres of Brovary district live. In the reported period our employees visited Summer Camp twice. They brought presents, sport goods for active leisure and played beach volleyball with kids. And in June 2014 we opened children's playground for "Nadia" orphanage in Mokrets village, Brovary district. These activities were co-organised with «Blagomay» Charitable Foundation.

Year by year, the company tries to increase employees' engagement in visiting children's social institutions – not just colleagues from head office and plant, but also sales branches. Thus, in December 2014 New Year Coca-Cola Charity Caravan drove through the whole country – our employees from 12 cities visited 15 orphanages and social centers, where 1462 kids live!

For «Coca-Cola Ukraine» employees it has also become a good tradition to visit ill children on St Nicholas Day. Thus, 20 volunteers from the company visited children who were patients of the National Cancer Institute in 2012, and the next year – patients in the AIDS Centre at the National Children's Specialised Hospital «Okhmatdyt». Entertainment was arranged and presents were distributed from donations collected from employees.



Напередодні Нового року компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна за підтримки БФ «Благомай» подарувала мешканцям дитячого центру спортивні тренажери для 4-х тренажерних кімнат та місячний запас соків. Подарунки були ретельно запаковані у вантажівку компанії та доставлені за призначенням.

До дня Святого Миколая, компанія спільно з «Мистецьким Арсеналом» організувала мандрівку до Києва для 40 вихованців центру. Спершу діти завітали на екскурсію у музей Кока-Кола, на власні очі побачили завод, поспілкувались з працівниками компанії від яких отримали поради щодо майбутнього вибору професії. Після цього діти продовжили мандрівку і відвідали різдвяний ярмарок у «Мистецькому Арсеналі».



### Освітні проекти для дітей

У вересні 2012 р. наша компанія підтримала дитячий проект Spark!Lab, що проходив у музейно-му комплексі «Мистецький Арсенал».

У рамках проекту Spark!Lab компанія провела серію інтерактивних екологічних майстер-класів для дітей «Упаковка, здавайся!» спільно з компанією Тетра Пак Україна, під час яких ми навчали дітей відповідальному поводженню з упаковкою та демонстрували як можна порожню використану упаковку з-під соку перетворити на новий аркуш картону.

У травні 2013 р. свої двері відкрив Арсенал Ідей – інноваційний проект для дітей та підлітків на базі Мистецького Арсеналу, який поєднує широкую освітню та творчу функції. Компанія є партнером Арсеналу Ідей та співорганізатором декількох проектів.

Впродовж 2013-2014 р.р. у співпраці з Кока-Кола Беверіджиз Україна для юних відвідувачів Арсеналу Ідей було створено інтерактивні інсталяції «Українська вибійка» та «Відпусти бажання!», а також унікальну еко-інсталяцію «Сенсорікум» із природних матеріалів для дітей з особливими потребами, яку можна оглядати та вивчати на дотик.

Щороку заходи Арсеналу Ідей відвідують близько 90 тисяч дітей.

## Допомога при надзвичайних ситуаціях та підтримка громад

### Партнерство з Товариством Червоного Хреста України

Партнерство між Кока-Кола Беверіджиз Україна та Товариством Червоного Хреста України (ТЧХУ) розпочалося ще наприкінці 2009 р. під час спалаху епідемії грипу H1N1 в Україні.

27 січня 2012 р. – визначна дата в історії співпраці Кока-Кола Беверіджиз Україна та ТЧХУ, між сторонами було підписано довгострокову угоду про партнерство, яка передбачає виконання спільних проектів та програм, спрямованих на реагування на надзвичайні ситуації, підтримку людей з особливими потребами, самотніх громадян похилого віку та інших соціально незахищених верств населення.



Since 2014 we also care about social rehabilitation centre for orphans «Emerald City» in Svyatogirsk, Donetsk region. Centre became a shelter for about 500 kids displaced from war zone orphanages of Eastern Ukraine.

Before New Year holidays Coca-Cola Beverages Ukraine together with «Blagomay» Charitable Foundation has supplied sport equipment for 4 gyms and monthly supply of juices. The presents were carefully packed into the red Coca-Cola truck and delivered to destination.

On the occasion of St. Nicholas Day our company in cooperation with «Mystetskyi Arsenal» held a trip to Kyiv for 40 kids from the centre. Kids had an opportunity to visit Coca-Cola Visitors' Centre, plant and receive practical job search tips from Coca-Cola employees. Then children continued their trip and visited Christmas fair at «Mystetskyi Arsenal».

## **Educational Programmes for Children**

In September 2012 Coca-Cola Beverages Ukraine supported the children's project Spark!Lab, hosted by the National Museum Centre Mystetskyi Arsenal.

Coca-Cola carried out a number of interactive environmental workshops for children «Packaging, give up!» together with Tetra Pak Ukraine. Workshops were aimed to raise kids' awareness of responsible packaging re-use and demonstrated to the young audience how to make a new sheet of cardboard out of empty packages of juice.

In May 2013, the Arsenal of Ideas first opened its doors at Mystetskyi Arsenal. It has an innovative programme combining broad educational and creative goals for children and teens. Coca-Cola became a partner of Arsenal of Ideas and co-organised several projects.

Thus, during 2013-2014, in cooperation with Coca-Cola Beverages Ukraine the interactive installations «Ukrainian panel» and «Share your dreams!» were created, as well as the unique eco-installation «Sensorium» made of organic raw materials allowing children with special needs to examine and touch it.

Annually 90,000 kids attend Arsenal of Ideas.



## **Disaster Relief & Strengthening Communities**

### **Partnership with the Ukrainian Red Cross Society**

Partnership between Coca-Cola Beverages Ukraine and the Ukrainian Red Cross Society (URCS) started in 2009 in response to the H1N1 flu outbreak in Ukraine.

January 27, 2012 was a remarkable day in the history of the partnership between Coca-Cola Beverages Ukraine and the URCS: on this day a long-term Partnership Agreement was signed, which covers development of joint projects and programmes aimed at emergency response, support for people with disabilities, lonely elderly and other socially vulnerable people.

In February 2012 both sides acted swiftly to assist thousands of people at risk from the extreme cold which swept across Ukraine that month. The Company arranged deliveries of drink-



Через місяць, у лютому 2012 р. сторони оперативно об'єднали зусилля, щоб допомогти тисячам людей, які потерпали від сильних морозів, що охопили Україну. Компанія організувала доставку питної води та соків до пунктів надання допомоги, медичних та соціальних центрів. Спільними зусиллями вдалося надати допомогу понад 117 тисяч постраждалим.

У вересні 2013 р. сторонам знову довелося об'єднати зусилля, щоб допомогти українцям, які потерпали від наслідків потужної повені на Одещині. Компанія забезпечила доставку гуманітарної допомоги у райони, що постраждали внаслідок повені. Крім логістичної підтримки компанія також надала питну воду, яку роздали потерпілим на Одещині.

Кока-Кола Беверіджиз Україна також сприяє зміцненню служби реагування на надзвичайні ситуації Червоного Хреста. Так, у 2014 р. компанія двічі надала оперативну логістич-

ну допомогу у ресурсному забезпеченні обласних організацій ТЧХУ. Протягом одного тижня у березні та серпні компанія здійснила вантажні перевезення по всій країні матеріалів та обладнання, що були необхідні для ефективного реагування волонтерів Червоного Хреста під час надзвичайних ситуацій та надання допомоги переміщеним особам.

Сумарно за 3 звітних роки компанія спільно з ТЧХУ надала 133,5 тисяч літрів своєї продукції постраждалим під час надзвичайних ситуацій, а також соціально незахищеним верствам населення по всій Україні.



### **„Здай кров – врятуй життя!”**

14 червня 2013 р. у Всесвітній день донора крові компанія вперше провела акцію для співробітників «Здай кров – врятуй життя!».

Відтоді волонтерська акція стала традиційною. Ми провели вже 4 акції, під час яких 166 співробітників взяли участь. Це дозволило передати сумарно 65,6 літрів крові Київському міському центру крові. Також компанія подарувала центру крові професійний тонометр.

### **Партнерство з ЮНІСЕФ**

У 2014 р. у партнерстві з Дитячим Фондом ООН (ЮНІСЕФ) в Україні було передано 6 тисяч літрів питної води на підтримку дітей переселених з зони конфлікту на сході України.



## **Допомога місцевим громадам**

Кока-Кола Беверіджиз Україна завжди прагне працювати так, щоб вносити тривалі позитивні зміни в соціальний розвиток громад.

### **Програма по збереженню замкової спадщини**

Від 2011 р. ми щорічно долучаємось до відродження перлини української архітектури – Підгорецького замку у Львівській області. Величний чотирьохвіковий замок внесено в Перелік 100 пам'яток світу, що потребують негайної реставрації.

У квітні 2012 р. волонтери Кока-Кола облаштували тераси замку, вирівняли бордюри замкової доріжки, розчистили від каміння та сміття паркові алеї, підготували майдан-

ing water and juices to rescue sites, medical and social services centres. Through this joint effort, more than 117,000 people were cared for.

In September 2013 the partners united again to assist Ukrainians suffering from flooding in the Odesa region. The Company delivered humanitarian aid to areas affected by the floods. On top of logistical support, the company also provided drinking water, which was distributed among victims in the Odesa region.

Coca-Cola Beverages Ukraine also helps the Ukrainian Red Cross to strengthen its emergency relief service. Thus, in 2014 the company provided two waves of logistic support in supplying regional organizations of

the URCS. During one week in March and August, materials and equipments were delivered across Ukraine that helped Red Cross volunteers to respond efficiently during emergencies and provide help to displaced persons.

In the reporting period the company together with the URCS has provided 133,500 litres of beverages to victims of emergencies and socially vulnerable people across Ukraine.

### **«Donate Blood – Save a Life!»**

June 14, 2013 – on the occasion of World Blood Donor Day our company for the first time organised an internal initiative «Donate Blood – Save a Life!».

Since then we had already 4 events during which 166 Coca-Cola employees donated 65,6 litres of blood to Kyiv City Blood Centre. Coca-Cola also presented Kyiv City Blood Centre with a professional tonometer.

### **Partnership with the UNICEF**

In 2014, in partnership with the UN Children's Fund (UNICEF) in Ukraine drinking water in amount of 6,000 liters was handed over to support children displaced from the conflict zone in eastern Ukraine.

## **Supporting Local Communities**

Coca-Cola Beverages Ukraine aims to operate sustainably and to bring lasting positive changes in the social development of communities.

### **The Castle Heritage Conservation Programme**

Since 2011 we annually participate in the restoration of Pidhirtsi Castle in the Lviv region, a real pearl of Ukrainian architecture. This grand castle with 400 years of history has been placed on a list of 100 sights of the world that need immediate restoration.

In April 2012 Coca-Cola volunteers have worked on terraces of the castle, levelled borders, cleaned park alleys around the castle, prepared an area for the installation of a monument to Taras Shevchenko and helped in archaeological excavations of a 18th century fountain.

In autumn 2013-2014 our volunteers landscaped part of the castle area and arranged the park main entrance. Also 20 meters drainage ditch was dug and outbuildings doors were painted.



чик для встановлення пам'ятника Т.Г. Шевченку та допомогли у розкопках старовинного фонтану XVIII ст.

А восени сезонів 2013-2014 наші волонтери облаштовували садово-паркову частину замкової території та центральний вхід до замкового парку. Також було викопано водовідвідну траншею завдовжки понад 20 метрів та пофарбовано двері господарської будівлі замку.

За 3 роки в акції взяли участь 110 волонтерів Кока-Кола: співробітники Львівської та Закарпатської філій, головного офісу компанії, а також учасники проекту «Екофан» зі Львова.

Важливість нашої програми по збереженню замку підтверджена перемогою в національному конкурсі «Корпоративне волонтерство в Україні-2012» в номінації «Культура». Даний конкурс ініційований Фондом Східна Європа в партнерстві з мережею Глобального договору ООН в Україні, Європейською Бізнес Асоціацією, Американською Торгівельною Палатою та Українським форумом благодійників.

### **Партнерство з Мистецьким Арсеналом**

Компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна стала першим корпоративним учасником започаткованого ще три роки тому Клубу друзів Мистецького Арсеналу.

У звітному періоді ми підтримали 23 масштабних виставкових проектів музейного центру, включаючи грандіозну подію – Першу Київську міжнародну бієнале сучасного мистецтва ARSENALE 2012.

Також компанія започаткувала так звану «арт-благодійність» — підтримала музей у рамках інтернет-проекту «Створимо Мистецький Арсенал разом!», залучивши до нього своїх працівників. Серед співробітників було проведено конкурс на кращий орнамент, в результаті якого було отримано понад 40 цікавих робіт. У результаті даної акції віртуальну стіну Мистецького Арсеналу прикрасив український орнамент переможців конкурсу.



### **Підтримка Броварщини**

Будучи відповідальним і соціально-активним «громадянином» Броварщини, компанія не залишається осторонь значимих подій району, а також допомагає вирішувати нагальні проблеми місцевих громад.

У січні 2012 р. ми відвідали Броварську районну лікарню з особливою місією. Довідавшись, що бригада швидкої допомоги цієї лікарні потребує дефібрилятор, наша компанія негайно вирішила придбати та подарувати цей пристрій лікарям.



Over three years 110 volunteers from Lviv and Zakarpattya branches, head-office and Lviv «Ecofan» team participated in the restoration works.

The importance of our programme of castle restoration was also confirmed by our victory in National Corporate Volunteer Contest-2012 in the Culture category. The contest was initiated by East Europe Foundation along with the UN Global Compact Network in Ukraine, the European Business Association, the American Chamber of Commerce and the Ukrainian Philanthropists Forum.



### **Partnership with Mystetskyi Arsenal**

Coca-Cola Beverages Ukraine became the first corporate member of the Mystetskyi Arsenal Friends Club, which was launched three years ago.

During the reporting period, we supported 23 large-scale exhibition projects there, including the first Kyiv International Biennial of Contemporary Art ARSENALE-2012.

The company also launched a so-called «art charity» – supporting the museum within the «Let's Create Mystetskyi Arsenal Together!» Internet project, involving employees. A contest among Coca-Cola employees for the best Ukrainian ornament for the Virtual Wall of the Museum was announced and more than 40 exciting works were presented to the jury. As a result of this action, now a Virtual Wall of the Mystetskyi Arsenal is decorated with a symbolic Ukrainian ornament.

### **Support in Brovary district**

As a responsible and socially active citizen of Brovary district, Coca-Cola supports all significant events in the district and helps solve urgent problems affecting local communities.

In January 2012, we visited the Brovary regional hospital with a special mission. Having learned the emergency brigade of the hospital lacks a defibrillator, our company decided to provide this equipment.



У звітному періоді ми організували дві екологічні акції у селах Велика Димерка та Літочки Броварського району, закупили та висадили 150 дерев за участі наших співробітників та місцевої громади.

У вересні 2013 р. Броварщина відзначала ювілей – 90-річчя з Дня утворення району. Наша компанія привітала мешканців Броварщини та виступила партнером свята. До святкування урочистої дати районна державна адміністрація нагородила нашу компанію ювілейною медаллю «За доблесну працю»!

Компанія також підтримує спортивні заходи з різних видів спорту: щорічний турнір «Народний Футбол» у Великій Димерці, змагання з хокею «Кубок Незалежності» в Броварах та ін.

## **Співпраця зі ЗМІ**

### **Університет журналістської майстерності**

У звітному періоді продовжив свою роботу Університет Журналістської Майстерності, співзасновниками якого є компанія Кока-Кола в Україні та Асоціація видавців періодичної преси. Щороку в рамках університету проводяться навчальні модулі для молодих регіональних журналістів. Модуль 2012 р. був присвячений темі «Робота з аудиторією: навички сучасного журналіста».

Темами модулів 2013 р. стали «Громадська місія журналіста: допомогти людям жити активно» та «Висвітлення СНІД: від знань до майстерності через розуміння та враження», що пройшов напередодні Всесвітнього дня боротьби зі СНІДом.

Головною «фішкою» Університету у 2013 р. стало те, що вперше модуль, присвячений питанням висвітлення СНІДу, об'єднав кілька робочих форматів – це теоретична та практична робота в аудиторії; відвідання Київського міського центру профілактики та боротьби зі СНІДом з можливістю взяти короткі інтерв'ю у працівників Центру; а також огляд експозиції сучасного мистецтва на тему ВІЛ/СНІДу в ПінчукАртЦентрі. За результатами цього модуля було опубліковано 25 статей на тему ВІЛ/СНІДу.

У 2014 р. понад 50 регіональних журналістів навчалися за двома напрямками – «Сучасні технології журналіста: від власноручної візуалізації до використання соцмереж» та «Сучасна журналістика на службі у громадян». У фокусі – активний та здоровий спосіб життя.

Близько 150 молодих журналістів з різних регіонів України пройшли навчання в Університеті протягом 2012-2014 р.р.

### **Присмак свята**

Особливий новорічний подарунок кожного року від Кока-Кола в Україні отримують діти українських журналістів. Напередодні новорічних свят компанія запрошує до себе маленьких гостей з їх батьками на перегляд казкової вистави та зустріч з Санта Клаусом. Жодне свято не закінчується без подарунків. Більше 400 дітей та їх батьків-журналістів з 10 провідних українських періодичних видань та телевізійних каналів щорічно приходять на новорічне свято від Кока-Кола.

Новий Рік від Кока-Кола дуже полюбився як дітям, так і батькам, адже щороку після свята на адресу Кока-Кола приходять десятки листів-подяк та позитвних відгуків від учасників.

During the reporting period we organised two environmental events in the villages Velyka Dymerka and Litochky in the Brovary district that included the purchase and planting of 150 trees with the participation of our employees and the local community.

In September 2013 we marked a significant date – the 90th anniversary of Brovary district. Coca-Cola congratulated residents of the district and supported the celebration ceremony. Especially on this occasion the district administration awarded our company with a commemorative medal «For Valorous Labour»!

The company also supported different sporting events such as the annual Football Cup in Velyka Dymerka, and the ice hockey competition «Independence Cup» in Brovary.

## Cooperation With Media

### University of Journalists' Skills

In the reported period the University of Journalists' Skills continued its work. The «University» was jointly founded by the Periodicals Publishers Association and Coca-Cola in Ukraine and provides a platform for educational modules for young journalists from all Ukrainian regions. The module of 2012 focused on the topic «Work with the readers: skills of the modern journalist». The topics of the modules in 2013 were «the civil mission of the journalist is to help people follow active healthy living» and «writing about HIV/AIDS: from knowledge to skilful writing». This module was organised on the eve of the International HIV/AIDS Day.

The format of this module was innovative: for the first time an educational module was interlinked with a variety of other activities like theoretical and practical work in the classroom, a visit to the Kyiv City HIV/AIDS Centre with the opportunities to take brief interviews from its personnel and a visit to a modern art exhibition on HIV/AIDS at the PinchukArtCenter. As a result, more than 25 articles on HIV/AIDS in Ukraine were published by our students.

In 2014, more than 50 regional journalists participated in two workshops: «Modern Technologies for Journalists: from Hand-Made Visualisation to Social Networks» and «Modern Journalism for People». Both modules were focused on active healthy living. Around 150 young journalists attended the University in 2012-2014.



### A Taste of Celebration

Every year, the children of Ukrainian journalists receive special New Years' gifts from Coca-Cola Ukraine. On New Year's Eve the company invites children and their parents to a celebration where they can watch a fairy-tale performance and meet clowns and Santa Claus. Every festival ends with gifts.

More than 400 children and their parents-journalists from 10 leading Ukrainian periodicals and TV channels annually attend New Year parties from Coca-Cola.

These parties have become loved by children and parents alike, who send dozens of thank you letters and positive feedback to Coca-Cola every year.



# Дбаємо про довкілля



# Protecting the Environment



«Наша багаторічна співпраця з компанією Кока-Кола Беверіджиз Україна стає все більш різноманітною: від пісенних конкурсів, дитячих малюнків до практичної очистки річок від сміття, конкурсів по збиранню вторинної сировини. Завдяки нашій співпраці вже в трьох населених пунктах Закарпаття успішно функціонує система роздільного збору сміття, відкриття яких було здійснено в рамках проекту День Дунаю»

*Олена Марушевська  
Менеджер проектів Закарпатської обласної  
організації Всеукраїнської екологічної ліги*

«Our long-term partnership with Coca-Cola Beverages Ukraine is becoming increasingly diverse: from song competitions and children's drawings to cleaning rivers from waste and competitions for collection of secondary raw materials. Thanks to our cooperation the separate waste collection system has been already successfully implemented in three villages of Zakarpattia within the framework of Danube Day project»

*Olena Marushevskaya,  
Project Manager of Zakarpattia  
Branch of All-Ukrainian Ecological League*

«Ми організовуємо найбільшу соціально-екологічну національну акцію «Зробимо Україну чистою разом!» з метою виховати у громадян дбайливе ставлення до довкілля та прищепити в суспільній свідомості потребу підтримувати чистоту. Від початку свого існування наша акція об'єднує всю Україну і прагне залучати якнайбільшу кількість учасників. Нам надзвичайно приємно, що компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» приєдналась до нашого руху у 2014 р. та організувала півтисячі своїх співробітників в різних містах вийти на прибирання, показавши приклад для інших компаній!»

*Юлія Мархель  
Президент ГО «Let's do it, Ukraine»*

«We organize the biggest national environmental campaign «Let's Do It, Ukraine!». Our aim is to foster environmental friendliness and the need of keeping clean in public consciousness. From its early beginning our clean-up action has been uniting all Ukraine together. Our target is to engage as many volunteers as possible. We are very glad that Coca-Cola Beverages Ukraine joined our movement in 2014, gathering a team of 500 employees in order to clean the streets, setting an example for other companies!»

*Iuliia Markhel  
President of «Let's Do It, Ukraine» NGO*





Контроль відповідності усім законодавчим вимогам є невід'ємною частиною нашої повсякденної діяльності.

Усі вимоги в області охорони навколишнього природного середовища зібрані у корпоративних стандартах KORE. Ми впроваджуємо найефективніші природоохоронні практики для досконалого ведення бізнесу.

Зменшення впливу на довкілля — одна з основних цінностей нашої компанії та частина її корпоративної культури.

Компанія прийняла Екологічну політику, основними напрямками якої є: зменшення використання води та очистка стічних вод до природного рівня; ефективне використання енергоресурсів та збереження клімату; скорочення обсягів утворення відходів та збільшення кількості їх переробки.

Одним з основних механізмів реалізації цілей нашої політики є система екологічного менеджменту ISO 14001. Щороку компанія підтверджує відповідність міжнародному стандарту ISO 14001.

У 2013 р. окрім аудиту по стандарту ISO 14001 ми вдало пройшли ресертифікаційний аудит на відповідність екологічним вимогам корпоративних стандартів.

Компанія постійно інвестує у модернізацію виробничих процесів. Екологічна культура є невід'ємною частиною нашого життя.

## **Дбайливе ставлення до використання водних ресурсів**

### **Проекти на виробництві**

Вода – основний інгредієнт наших напоїв та обов'язкова складова процесів виробництва. Щороку ми докладаємо максимальних зусиль для збереження водних ресурсів та активно підтримуємо ініціативи, спрямовані на їх відновлення.

У 2014 р. фактичний показник споживання води становив 2 л на літр готового продукту. Це на 5,3 % менше у порівнянні з 2013 р.

Компанією успішно впроваджені наступні проекти:

- Повторне використання води
- Перехід на сухі мастильні матеріали
- Мийка обладнання активованою електрохімічною водою (ЕКА СІР).

### **Проект повторного використання води**

Основна мета проекту – збір води після промивки виробничого обладнання у спеціальні резервуари та повторне її використання для технологічних промивок обладнання. Скорочення водокористування після реалізації проекту складе 40 тис. м<sup>3</sup> щорічно.

А на «Квас Беверіджиз» у звітному періоді з метою збереження води організовано збір конденсату із систем HVAC, кондиціонерів та охолоджувачів. Також запроваджено збір і повторне використання води, яка випаровується у цеху виробництва концентрату. Ці заходи дозволили повністю покрити потреби котельної за рахунок води повторного використання, тобто використання води на підприємстві зменшилось на 30-40 м<sup>3</sup> на добу.

### **Проект переходу на сухі мастильні матеріали**

Основна мета проекту – змашення технологічного обладнання без використання води. Скорочення водокористування складе 20 тис. м<sup>3</sup> щорічно.



Monitoring compliance with all applicable requirements for environmental protection is an integral part of our daily activities.

On top of the mandatory compliance with legislative requirements, we also comply with the corporate standards KORE, which combine the most effective practices environmental protection. We implement the most effective environmental practices to achieve excellence in doing business.

Environmental impact minimization is one of the basic principles of our company and a part of its corporate culture.

The Company has adopted an environmental policy, the priorities of which are: reduce water used and treat the wastewater till the level that supports aquatic life, energy efficiency, decrease of CO2 emissions and waste generation, and an increase in waste recycling.

One of the main mechanisms to achieve the goals of the Environmental Policy is the Environmental Management System ISO 14001. Each year the company confirms compliance with the international standard ISO 14001.

In 2013 in addition to the audit standard ISO 14001, we successfully passed the recertification audit for compliance with the environmental requirements of KORE standards.

The company constantly invests in the modernisation of production processes. We are committed to make environmental culture an integral part of our lives.

## **Water Stewardship**

### **Projects at Plant**

Water is the main ingredient in beverage products, and an indispensable constituent of the production process.

Every year we do our best to save water resources and support initiatives focused on the rational use of water.

In 2014 the water use ratio was 2 litres per litre of produced beverage, which is 5.3% less than in 2013.

The company has successfully implemented the following projects:

- Water re-use
- Dry lubricants
- Equipment cleaning with activated electrochemical water (ECA-CIP).

### **Water Re-use**

The basic purpose of the project is collection of wastewater in specific tanks and re-using for technical equipment washing. After project implementation water saving equalled 40,000 m<sup>3</sup> annually.

In reporting period at «Kvass Beverages» harvesting of the condensate from HVAC systems, air conditioners and coolers was introduced. Harvesting and re-use of evaporated water in the concentrate production workshop was established also. All these measures allowed for supplying boiler unit needs with reused water – as a result, the facilities decreased water consumption by 30-40 m<sup>3</sup> per day.

### **Dry lubricants**

The basic purpose of the project is to lubricate of technical equipment without water use. Water consumption decreased to 20,000 m<sup>3</sup> annually.

## Мийка обладнання активованою електрохімічною водою (ЕКА СІР)

Цей проект є довгостроковим і його реалізація здійснюється поетапно. Він спрямований на мийку технічного обладнання без хімічних реагентів та води для їх розведення. Ефективність від реалізації проекту становить 20 тис. м<sup>3</sup> води щорічно.

## Стічні води

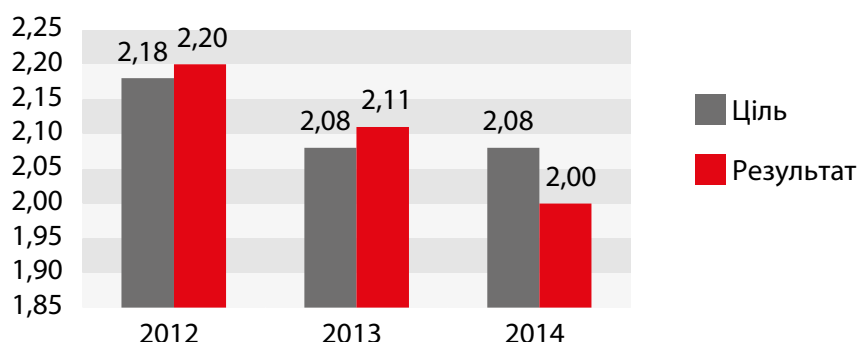
Для очищення виробничих стічних вод у компанії працює найпотужніша станція біологічної очистки. Стічні води очищаються до параметрів, які повністю відповідають вимогам місцевого законодавства та корпоративним стандартам Компанії Кока-Кола. Контроль за робочим процесом очищення води відслідковується за допомогою автоматизованої системи.

На території очисних споруд є декоративний ставок із червоними коропами, що наповнений виключно очищеними водами.

У подальшому очищену воду використовують для мийки автотранспортних засобів та поливу зелених насаджень на території заводу.

Ефективність від повторного використання води становить 25 тис. м<sup>3</sup> у рік.

### Показники споживання води, літр на літр виготовленої продукції



## Суспільні проекти, направлені на збереження водних ресурсів

### Кожна краплина має значення

«Кожна краплина має значення» – це регіональна партнерська ініціатива, започаткована Компанією Кока-Кола та Програмою розвитку ООН, покликаний сприяти вихованню відповідального ставлення до водних ресурсів та підвищенню доступу до питної води. Проект працює в декількох країнах, як-от Казахстан, Вірменія, Румунія, Росія, Молдова, Хорватія та Туреччина, а від 2009 р. – і в Україні. Від 2012 р. проект також поширився на деякі країни Азії і Африки.

Метою проекту «Кожна краплина має значення» в Україні стало відновлення і захист природних джерел та створення навколо них зон відпочинку через активне залучення місцевих громад, молоді та підприємців. Проект працює у трьох напрямках: 1) відновлення і захист природних джерел; 2) освітні програми щодо відповідального користування водними ресурсами для школярів та вчителів; 3) інформаційні кампанії та ПР-події довкола тематики раціонального використання води. Таким чином, організатори проекту прагнуть сприяти розвитку екологічної культури та підвищенню громадської обізнаності щодо збереження та захисту довкілля.

## Equipment cleaning with activated electrochemical water

This is the long-term project and it has been introduced in a phased approach. The implementation of the project allows washing technical equipment without chemical reagents and watering. Water saving reached 20,000 m<sup>3</sup> annually.

## Wastewater

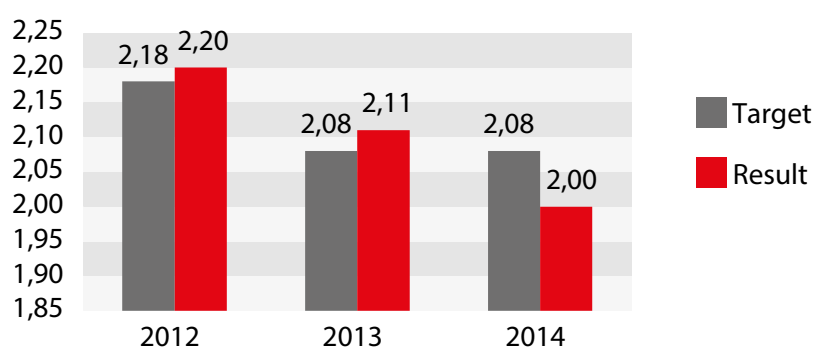
We use the most powerful biological wastewater treatment technology. Wastewater is treated to a level that confirms to the requirements of local legislation and to the standards of the Coca-Cola Company. The water treatment process is monitored and controlled by an automated system.

There is a pond with red carps on the territory of the treatment facilities, which is filled with water from the plant.

Then purified water is used for car washing and for green plants watering in the territory of the plant.

Water re-use effectiveness is 25,000 m<sup>3</sup> annually.

### *Water use ratio, litre per litre of produced beverage*



## Community Projects Aimed at Water Stewardship

### Every Drop Matters

«Every Drop Matters» is a regional partnership initiative launched by the Coca-Cola Company and the United Nations Development Programme. It is aimed at nurturing a responsible attitude towards water resources and increasing access to safe drinking water. This project has been implemented in Kazakhstan, Armenia, Romania, Croatia, Russia, Moldova and Turkey, and since 2009 – in Ukraine. Since 2011 the project was expanded to the countries of Asia and Africa.

The purpose of «Every Drop Matters» in Ukraine is to rehabilitate and protect natural springs and to create recreation areas around them through the active engagement of local communities, authorities, youth and local businesses. The project works in three areas: 1) natural springs' rehabilitation and the creation of recreational areas around them; 2) educational programmes on sound water management for school-children and teachers; 3) information campaigns and PR events on rational water usage. In this way the organisers aim to develop eco-culture and raise public awareness about water stewardship.

The first stage of the project focused on rural communities. From 2011 the project was scaled up to the municipalities. Overall 25 springs in 13 regions of Ukraine were renovated and recreation zones built around them. 11 education campaigns aimed at raising awareness on water saving were conducted. 352 pupils and 504 school teachers participated in the train-





Перший етап проекту залучав сільські громади. А від 2011 р. у фокусі постали невеликі міста. Загалом було розчищено та створено рекреаційні зони довкола джерел у 25 громадах 13 областей України. Було проведено 11 кампаній, спрямованих на підвищення рівня обізнаності про проблеми водозбереження. 352 учні та 504 вчителі взяли участь у навчальних тренінгах проекту. Як засвідчило опитування шкіл – учасників проекту, у результаті отриманої інформації використання води у них зменшилось на 20%!

У 2013-2014 р.р. розпочалося облаштування систем відведення стічних вод у місцевих громадах з метою покращення екологічної та санітарно-гігієнічної ситуації у приватному секторі маленьких містечок. Проекти зі спорудження каналізаційних систем було втілено у чотирьох місцевих громадах у м. Саки, м. Тульчин

і м. Нововолинськ. Завдяки цим проектам, 850 людей, що мешкають у приватних будинках, отримали облаштовану систему для побутових стічних вод.

У рамках «Кожна краплина має значення» існує освітній підпроект з назвою «Чорноморська Скринька». Це – посібник для вчителів та дітей, що містить навчальні матеріали про Чорне Море та екологічні проблеми довкола нього. Він існує від 2011 р. і переважно розповсюджує причорноморським регіоном України. Та у листопаді 2012 р. відбулась його презентація і для національної аудиторії. У Київському Водно-інформаційному центрі (Музеї води) пройшов відкритий урок для учнів 4-го класу загальноосвітньої школи № 1 м. Українка Обухівського району Київської області. Завдяки присутнім на події телеканалам та журналістам, про унікальний посібник дізналась уся Україна. А 2013 р. вийшов додатковий наклад «Чорноморської Скриньки», тож тепер в Україні роздано 4 тисячі її екземплярів, що охоплює 128 тисяч школярів!

## День Дунаю

1 червня 2005 р. був підписаний Меморандум порозуміння між системою компаній Кока-Кола та Міжнародною комісією із захисту річки Дунай (ICPDR).

З тих пір Кока-Кола Беверіджиз Україна тісно співпрацює з місцевими зацікавленими сторонами з метою організації заходів, спрямованих на підвищення обізнаності громадськості про важливість збереження річки Дунай та правильне поводження з відходами. Одним з таких заходів є День Дунаю – спільний пан-європейський захід, який відзначається щорічно 29 червня в 14 країнах басейну річки.

У 2012 р. програма дводенного святкування Дня Дунаю охопила низку конкурсів на екологічну тематику, акцію з відновлення популяції риб у притоку Дунаю, річці Боржаві, та дитячий фестиваль «Тиса – молодша сестра Дунаю» у с. Квасово Берегівського району Закарпатської області.

Також було організовано сплав річкою Тиса, під час якого 5 дитячих команд проводили картографування берегозахисних споруд та прибирання берегів від пластикових пляшок. Загальний результат події: 3,4 т зібраних пляшок та 28 км очищених берегів річки. Захід об'єднав понад 280 дітей з різних районів Закарпаття і Прикарпаття.

У 2013 р. в селі Квасово в рамках святкування Дня Дунаю було представлено систему управління побутовим сміттям, налагоджену за підтримки проекту ЄС «Управління відходами – ЄПДБ Східний регіон» (Європейська програма добросусідства і партнерства) та

ing. According to a survey among the schools which participated in the programme, water consumption in these schools decreased by 20%!

In 2013-2014, started the improving of wastewater treatment in local communities (residential municipal housing) through the implementation of partnership community projects on water replenishment to improve environmental, hygiene and sanitation situations. The projects on sewage systems construction in the municipal residential areas were launched and successfully implemented in four local communities in Saky, Tulchyn, and Novovolynsk towns. Thanks to these projects, 850 people can now enjoy necessary sewage utilities.

«Every Drop Matters» includes also a sub-project «Black Sea Box». It is an educational toolkit that includes guidelines for teachers and materials for children to raise their awareness of problems pertaining to the Black Sea area. It was launched in 2011 and is mainly distributed in the regions located on the Black Sea coast of Ukraine. However, in November 2012 it was presented to a national audience as well. An «open lesson» based on the «Black Sea Box» methods was delivered to 4th grade pupils of the Secondary School # 1 in the town of Ukrainianka in the Kyiv region at the Water Museum. Thanks to media present at the event, everyone in Ukraine could learn more about this unique methodology. In 2013 additional copies of the toolkit were issued. Altogether, 4,000 copies of the «Black Sea Box» were distributed in Ukraine, reaching 128,000 pupils!



## Danube Day

On June 1, 2005 the Coca-Cola System signed an agreement on cooperation with the International Commission for the Protection of the Danube River (ICPDR, a UN member).

Since then Coca-Cola Beverages Ukraine cooperates closely with local stakeholders to organise activities aimed at raising public awareness of the importance of Danube river protection and proper waste management behaviour. One of these activities is Danube Day, a joint pan-European event celebrated on June 29 simultaneously in 14 countries in the Danube basin.

In 2012 the two-day Danube Day celebration included a number of environmental contests along with the restoration of the fish population in Borzhava river, a Danube tribute and the festival «Tisza – Younger Sister of Danube» in Kvasovo village, in the Berehiv district of the Zakarpattia region.

Also rafting competitions were organised where five children's teams drew maps of flood-protection constructions and cleaned the Tisza's banks. As a result, 3.4 tonnes of plastic bottles were collected and 28 kilometres of the river banks were cleaned. More than 280 children from the districts of Zakarpattia and Prykarpattia regions participated in the two-day event.

In 2013 in Kvasovo village a waste collection system was set up. It consists of a constructed landfill for solid waste (jointly with the EU project «Waste Governance – ENPI East»), a sorting centre and containers for separate collection of recyclables (plastic bottles, glass and cardboard).

In addition, jointly with the local community three garbage jams of a total length of 50 metres were cleared, and 80 m<sup>3</sup> of plastic waste and 15 tonnes of glass bottles were removed from the Borzhava river.

In 2014 Danube Day programme included «Give Fight To Plastic Bottles» contest among schoolchildren in Baranintsi village, Uzhgorod district. As a result, 521 kg of PET were collect-





компанії Кока-Кола Беверіджиз Україна. Вона включає в себе побудований полігон для твердих побутових відходів, сортувальний цех та контейнери для роздільного збору вторинної сировини (пластикових пляшок, скла та картону).

Також разом з місцевою громадою було проведено розчистку трьох смітєвих заторів сумарною довжиною понад 50 м на р. Боржава. Під час цих акцій виловлено 80 кубічних метрів пластику та 15 тонн скляних пляшок.

Програма Дня Дунаю у 2014 р. включала конкурс серед школярів с. Баранинці Ужгородського району «Дамо бій пластиковим пляшкам», у результаті якого було зібрано та відправлено на переробку 521 кг пластику. Крім того, було проведено конкурс «Дунайський митець», в рамках якого понад 90 дітей з Ужгородського району презентували вироби мистецтва з матеріалів, що були знайдені на берегах водойм.

У звітному періоді за підтримки Кока-Кола Беверіджиз Україна було впроваджено роздільний збір вторинної сировини у трьох селах Закарпаття: Великий Бичків (Рахівський р-н), Квасово (Берегівський р-н) та Баранинці (Ужгородський р-н), а також було встановлено спеціальне обладнання для пресування пластикових відходів для вторинної переробки.



### **Чисті узбережжя – і людям, і птахам!**

Кримський півострів є унікальним регіоном України з точки зору флори і фауни. Безцінні степи є осередком існування рідкісних видів тварин і місцем гніздування, міграції чи зимівлі величезній кількості видів птахів. Але їхнє життя, як і життя усього живого на Землі, було б неможливим без доступу до прісної води. Умови посушливого клімату Криму вимагають особливого ставлення до води, адже тут кожна краплина на вагу золота. Однак сміття, яке залишають після себе туристи, а також трансконтинентальні відходи, які вимиваються на морські узбережжя з кожним припливом, спричиняють замулення і пересихання і без того нечастих водойм.

Тож від 2011 р. Фондація Кока-Кола підтримує Українське Товариство Охорони Птахів (ТОП) – партнерську організацію Birdlife International – у реалізації проекту «Я люблю своє узбережжя!». Метою проекту було відновлення великих і малих джерел прісної води степової зони Криму, Херсонської та Миколаївської областей та підвищення обізнаності місцевих громад щодо шкідливих наслідків забруднення прибережних зон та важливості відповідального ставлення до водних





ed and sent for recycling. More than 90 children from Uzhgorod district participated in “Danube Art Master” contest, demonstrating their artworks made of materials from rivershores.

In the reporting period Coca-Cola Beverages Ukraine provided waste collection systems in three villages of Zakarpattia region: Velyky Bychkiv village (Rakhiv district), Kvasovo (Beregiv district) and Baranintsi (Uzhgorod district) and set up a press equipment to compress bottles for recycling.

## Fresh Water within Clean Coasts

The Crimean peninsula has unique in Ukraine flora and fauna. The steppe area is a breeding and stopover site, as well as wintering habitat for many bird species, including threatened and endangered species. Their lives as well as the life of everything on the Earth would be impossible without fresh water. The semi-arid climate in the Crimea requires special management of water which is really is priceless there. Wastes left by tourists along the coasts as well as the transcontinental garbage brought by every tide of the sea cause the silting and drying up of scarce water sources on the peninsula.

Since 2011 the Ukrainian Society for the Protection of Birds – a partner organisation of Birdlife International – receives grants from The Coca-Cola Foundation for the implementation of the «I Love My Seashore» project. Restoring large and small water sources in the Crimean steppe area, Kherson and Mykolaiv regions as well as educating local communities on synergetic water management and sustainable environmental development were the key objectives of the project. Within the educational component, five workshops on water management were organised and 1,000 copies of the brochure «Water and Shore Birds. A Mini-field guide» were issued and distributed among the local communities.

More than 1,500 volunteers participated in various activities within the 2012-2014 phase of the project. More than 60 tonnes of garbage was collected along over 100 kilometres of the coastal area.



ресурсів. У рамках просвітницької кампанії було проведено 5 семінарів про управління водними ресурсами, надруковано та роздано 1000 примірників брошури «Птахи узбереж і водойм. Міні-визначник».



Загалом впродовж 2012-2014 р.р. у проєкті взяли участь понад 1500 волонтерів. Було прибрано понад 100 км прибережної зони, на якій зібрано понад 60 тонн сміття.

### **Міжнародний день прибирання узбереж із фестивалем «Джаз Коктебель»**

Міжнародне прибирання берегів водойм – найбільший у світі захід, коли волонтери сходяться на узбережжя морів, озер, річок, струмків для прибирання сміття. Традиційно у всьому світі цей день відзначається у третю суботу вересня. Компанія Кока-Кола є глобальним партнером цієї події від 1996 р. Метою проєкту є мінімізувати забруднення світо-

вого океану шляхом залучення волонтерів до прибирання, аналізу зібраного та пошуку наукових рішень проблеми.

В Україні ж партнер для реалізації цього простого і водночас складного проєкту знайшовся 2013 р., і ним став відомий в Україні і закордоном фестиваль «Джаз Коктебель». Складність проєкту полягає у тому, що усе сміття, яке волонтери знаходять під час прибирання, потрібно ідентифікувати, порахувати і внести у таблицю даних міжнародного проєкту. Це потрібно для того, аби науковці з міжнародної організації «Ocean Conservancy» змогли проаналізувати походження основних причин забруднення довкілля та знайти способи впливу на зміну поведінки людей. Результати України засвідчили глобальну тенденцію: найчастіше серед сміття трапляються окурки, пляшки від напоїв та обгортки від продуктів харчування.



**У 2013 р. 100 волонтерів загалом зібрали 12 тонн сміття на 5 гектарах прибережної смуги Коктебелю та прилеглої території. За чотири дні фестиваль відвідало понад 25 тисяч осіб, які спостерігали та долучались до екологічної акції.**

### **Співпраця з Водно-інформаційним центром**

Від 2009 р. Компанія Кока-Кола та, зокрема, BonAqua®, співпрацює з комунальним підприємством «Водно-інформаційний центр» (Музей Води). Це партнерство спрямоване на поширення знань про проблеми водного середовища та зміну ставлення до водних ресурсів серед якомога більшої кількості населення.

Щороку спільними зусиллями BonAqua® та «Водно-інформаційного центру» проводиться 3 Дні відкритих дверей: до Всесвітнього Дня Води, Дня Києва та Дня Незалежності України. 22 березня 2014 р. BonAqua® відзначила Всесвітній День Води відкриттям нової мультимедійної експозиції, що стала інтегральною частиною загального туру по Музею. Виставка була зроблена у вигляді відеопроєкції, що дала змогу відвідувачам потрапити в часи формування Землі та дізнатися про походження води на Земній кулі.



## International Coastal Clean-Up with Jazz Koktebel

International Coastal Clean-Up is the largest annual global environmental event when hordes of energetic volunteers descend on beaches, lakes, rivers, and streams all over the world to clean up trash and debris — along the shores and underwater. It is traditionally marked during the third Saturday of September. The Coca-Cola Company has globally partnered with Ocean Conservancy in this event since 1996. The project aims to minimise pollution of the world's oceans by engaging volunteers in the clean-up, analysis of findings and investigation of scientific solutions to the issue.

In 2013 a partner to implement this simple, yet at the same time complex, project showed up – Jazz Koktebel Festival. The complex part of the project comes from the fact every piece of garbage found should be identified, counted and entered into the global form. The collected data will help the scientists from Ocean Conservancy analyse the origins of key littering sources and find solutions and influencers on human behaviour for the purpose of cleaner oceans. The results obtained in Ukraine appeared to be in line with the global tendency: cigarette butts, beverage bottles and food wrappers are the most persistent forms of trash littering.



**In 2013, 100 volunteers collected in total 12 tons of garbage on 5 hectares of the shoreline in Koktebel and the adjacent area. More than 25,000 people attended the festival having witnessed and sometimes joined in the environmental activity.**

## Cooperation with the Water Information Center

In 2009 Coca-Cola Ukraine and, in particular, BonAqua®, started cooperation with the Water Information Centre (Water Museum), aimed at raising public awareness and understanding of the water-related issues and positive changes in public opinion towards water preservation.

Annually BonAqua® and the Water Information Centre hold three open days: on the occasion of the World Water Day, Kyiv Day and Independence Day.

On the World Water Day – 2014, celebrated on 22 March, a new exposition was opened at the Water Museum in cooperation with BonAqua®. The exposition was made as a video projection, giving an opportunity to visitors to dive into the times when our Planet was formed and water appeared on the Earth.

Up to 2,000 people visit the Museum for free on each of the Open Days, where they learn interesting and useful information on water and efficient use of water resources.





Близько 2 тисяч осіб щоразу у День відкритих дверей безкоштовно відвідують експозицію Музею, де дізнаються багато корисного та цікавого про воду та раціональне використання водних ресурсів.

## Упаковка та поводження з відходами

### Сировина та матеріали

Для оптимізації використання сировини та матеріалів на всіх етапах виробництва Компанія постійно впроваджує інноваційні проекти.

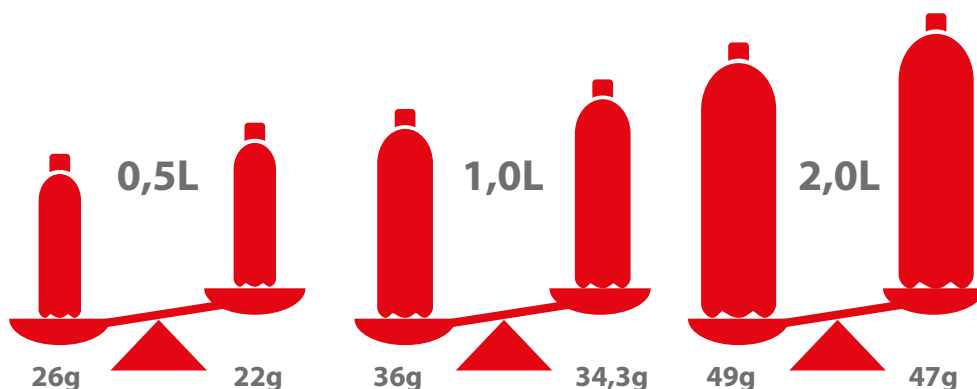
У 2012-2014 р.р. компанія продовжила фокусуватись на таких ініціативах як мінімізація параметрів плівки для пакування кінцевого продукту (за товщиною і шириною); зменшення ваги пластикової пляшки; ретельний підбір постачальників при закупівлі сировини та матеріалів та ін.

У звітному періоді на підприємстві «Квас Беверіджиз» було впроваджено безплатні системи транспортування солоду і зерна, що гарантує 100% потрапляння сировини у виробничий процес без забруднення довкілля. А жмих від переробленого зерна повністю передається на тваринницькі ферми регіону.

#### Зменшення ваги ПЕТ пляшки у звітному періоді, Кока-Кола Беверіджиз Україна



#### Зменшення ваги ПЕТ пляшки у звітному періоді, Квас Беверіджиз



У звітному періоді ми зменшили обсяг утворених ПЕТ пляшок на 11,6% – до 10,2 тис. тонн у 2014 р з 11,6 тис. тонн у 2012 р.

# Sustainable Packaging and Waste Management

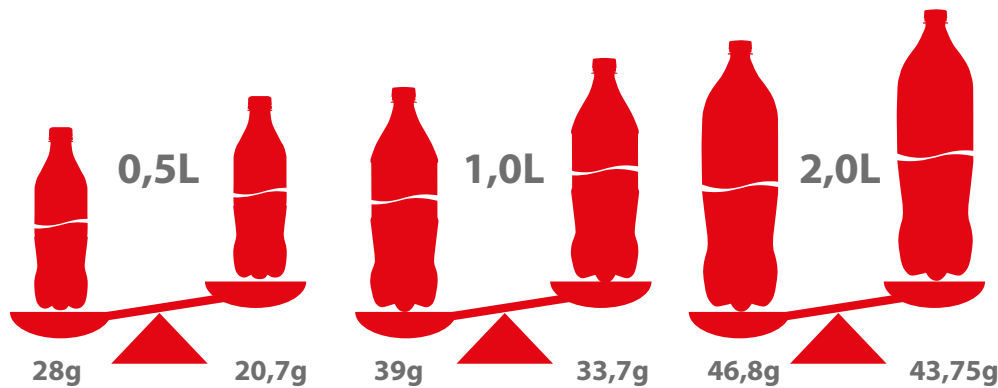
## Raw and Other Materials

The company continually introduces innovative projects for optimising the use of raw and other materials at all production stages.

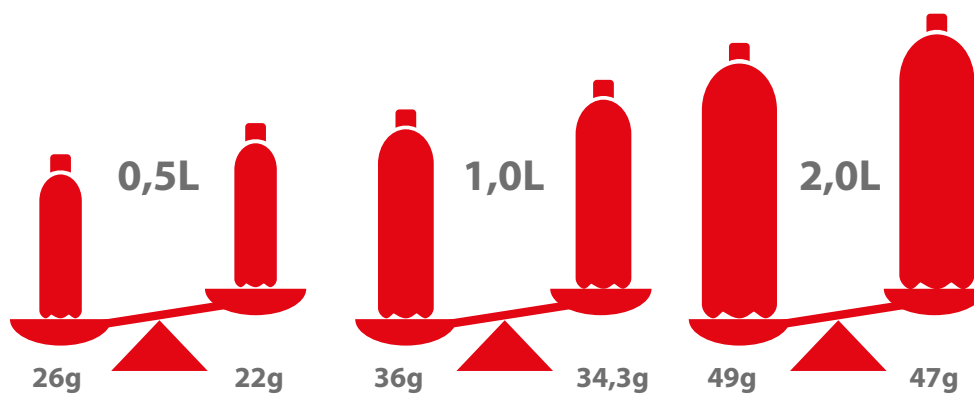
In 2012-2014 the company continued to focus on film thickness and width reduction; light-weight PET bottles and responsible selection of suppliers of raw and other materials.

At «Kvass Beverages» the new dust-free transportation systems for malt and grain were introduced in the reporting period. This technology ensures that 100% of raw materials get into the production process without any pollution of the environment. And all the processed grain is transferred to livestock farms in the region.

### PET bottles light-weighting in the reporting period, Coca-Cola Beverages Ukraine



### PET bottles light-weighting in the reporting period, Kvass Beverages



In the reporting period we reduced PET bottles usage by 11.6% – from 11.6 thousand tons in 2012 to 10.2 thousand tons in 2014.

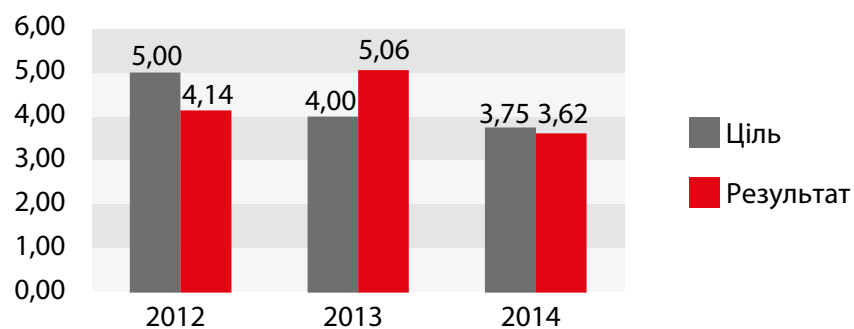
У 2013 р. було успішно впроваджено пляшку еко-форми для напою VolAqua®. Нова форма пляшки дозволяє зменшити використання пластику в середньому на 20% для її виробництва та зекономити 356 тонн пластику на рік. Це запобігає викидам в атмосферу 879 тонн вуглецю щороку. Саме такий обсяг викидів здійснюють 100 тисяч автомобілів на дорогах.

У 2012 р. успішно реалізовано проект по зменшенню розміру горловини пляшки та висоти кришки. Новий дизайн горловини пляшки зробив її легшою на 1,3 грами, а вага кришки зменшилась на 20%.

## Тверді відходи

Для відповідального поводження з твердими відходами, що утворюються у процесі діяльності, ми дотримуємось концепції Зеленого офісу; проводимо навчання співробітників практикам роздільного збору відходів; ремонтуємо та повторно використовуємо дерев'яні піддони; частково додаємо подрібнений гранулят до виробництва пляшок.

*Показник утворення твердих відходів, грам на літр виготовленої продукції*



## Програма «Зелений День»

Починаючи з 2006 р. Кока-Кола в Україні проводить «Зелені Дні» для співробітників, їхніх родин та друзів.





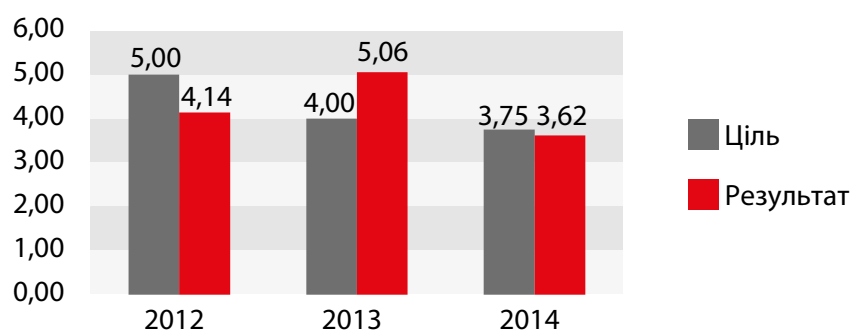
In 2013 a new eco-shape bottle for BonAqua® was successfully implemented. The new bottle shape decreased plastic use by approximately 20% per year, a saving 356 tonnes of plastic per year. It also prevents 879 tonnes of CO2 emissions per year into the atmosphere. This can be compared to the emissions discharged by 100,000 vehicles on roads.

In 2012 a project for a lightweight bottle neck and cap was successfully implemented. The new design of bottle neck made it lighter by 1.3 grams and the cap weight was reduced by 20%.

## Solid waste

To manage solid waste generated during production we follow Green Office concept, conduct trainings on separate waste collection for employees, repair and reuse wooden pallets, partially use of crushed plastic in the production process.

*Waste generated ratio, gram per litre of produced beverage*



## Green Day Programme

Since 2006, Coca-Cola in Ukraine organises a «Green Day» for employees, their families and friends.



Для команди Кока-Кола участь у «Зеленому Дні» – це прекрасна можливість показати, що еко-відповідальність є частиною нашого повсякденного життя.

Керівництво компанії особистою активною участю у проекті мотивує інших співробітників, а батьки, що прибирають сміття чи саджають дерева, стають чудовим прикладом для наслідування своїм дітям.

У квітні 2012 р. наші співробітники зі своїми сім'ями і друзями прибирали парк «Дорогожичі» у Києві. Понад 150 учасників зібрали майже 2 тонни сміття, встановили 20 нових смітників та власноруч нанесли на них безпечними екологічними фарбами малюнки екологічної тематики.

У травні 2013 р. еко-оновлений бренд BonAqua® запросив усіх на прибирання до київського парку «Нивки» аби підготувати його до літнього сезону. Акція пройшла під девізом «Менше пластику – більше піклування про природу!». Програма заходу включала традиційне прибирання, велопробіг, висаджування квітів, дитячі екологічні майстер-класи. 200 волонтерів Кока-Кола, розподілившись на команди, зібрали разом 3 тонни сміття. Команда, що зібрала найбільше сміття, виграла подарунок – еко-брендований велосипед!

У квітні 2014 р. Кока-Кола Беверіджиз Україна приєдналась до волонтерської ініціативи «Зробимо Україну чистою!», яка є частиною всесвітнього екологічного руху «Let's Do It!». Вперше в історії компанії акція була проведена одночасно в різних філіях компанії по всій Україні. Національний Зелений день Кока-Кола об'єднав понад 500 учасників у бажанні зробити Україну чистою.

## Енергія та зміна клімату

Для нашого бізнесу є критично важливим втілення проектів по зменшенню викидів задля запобігання подальшим змінам клімату. Адже зміна клімату – один з найбільших викликів сьогодення.



For the Coca-Cola team Green Day is a great opportunity to prove that eco-responsibility is a part of our daily lives.

By active participation in the project, the company's management encourages employees. The parents who participate in the event become great examples for their children.

In April 2012 our employees along with families and friends cleaned-up «Dorogozhychi» park in Kyiv. More than 150 participants collected about 2 tonnes of waste, installed 20 new dustbins, covered with bright environmentally-friendly drawings. The park became not only cleaner, but also more eco-stylish.

In May 2013 the eco-renewed BonAqua® brand invited everyone to clean Kyiv's «Nyvky» park and prepare it for summer leisure. «Less plastic – more care for nature!» was the motto of the event.

The programme included cleaning, the planting of flowers, a bike ride, and a bottle-decorating master class for children. 200 Coca-Cola volunteers, divided in teams, collected 3 tonnes of waste overall. The eco-team that collected the biggest amount of waste won a prize – a new eco-branded bicycle!

In April 2014 Coca-Cola Beverages Ukraine joined the volunteer initiative «Let's Do It, Ukraine!», a part of the global environmental movement «Let's Do It, World!». For the first time in the history of company the event was held simultaneously in different branches across Ukraine. National Coca-Cola Green Day brought together more than 500 participants in the desire to make Ukraine cleaner.

## Energy and Climate Change

Reducing our system's emissions and adapting to climate realities is crucial for our business. Climate Change is one of the most significant challenges we face globally.

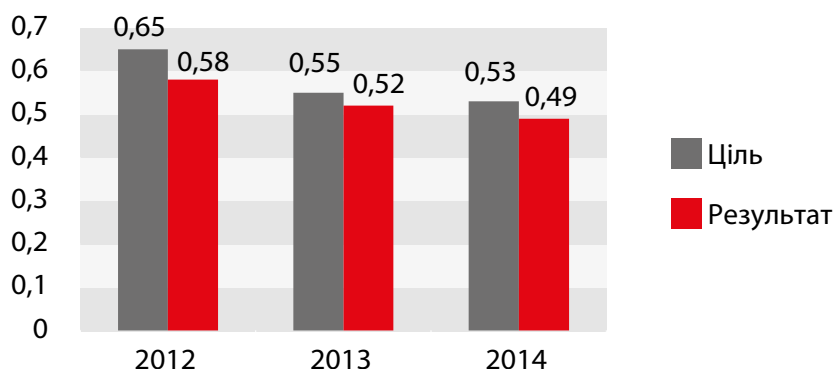
### Projects at Plant

During the reporting period the following energy conservation measures were taken at Coca-Cola Beverages Ukraine:

- efficiency of quad generation plant was increased;
- compressed air system for 7 and 40 bar was improved;
- steam, air, CO2 leakage detecting programmes were implemented;
- LED lighting was launched;
- ventilation station at production and warehouses was improved;
- high-pressure compressors were recuperated.

All these initiatives resulted in reduction of energy use from 0.53 mJ per litre of beverage produced in 2013 to 0.49 in 2014.

#### *Energy ratio (MJ per litre of produced beverage), Coca-Cola Beverages Ukraine*



A number of measures to save natural gas and electric energy started when the Kvass Beverages plant was transferred to the management of the Coca-Cola System:



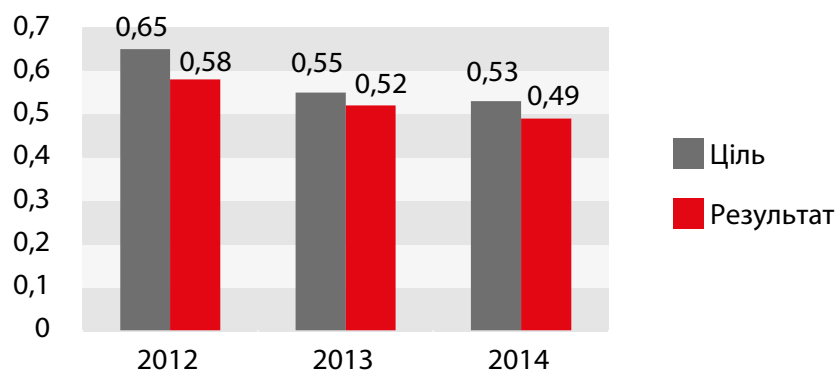
## Проекти на виробництві

За попередні роки на заводі Кока-Кола Беверіджиз Україна було впроваджено такі заходи з енергозбереження:

- збільшення ефективності квадрогенераційного заводу;
- модернізація системи стисненого повітря 7 та 40 бар;
- програми по виявленню витоку пари, повітря, CO<sub>2</sub>;
- перехід на світлодіодне освітлення;
- модернізація вентиляційної системи на виробництві та складських приміщеннях;
- проект рекуперації високобарних компресорів.

Завдяки впровадженню енергозберігаючих проектів нам вдалося знизити використання енергії з 0,53 мДж на літр виготовленого напою у 2013 р. до 0,49 у 2014 р.

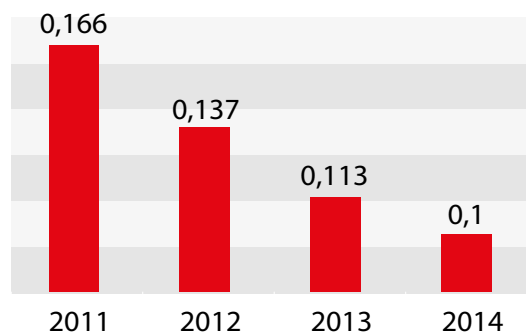
### Використання енергії (мДж на літр виготовленого напою), Кока-Кола Беверіджиз Україна



З переходом заводу Квас Беверіджиз в управління Системи Кока-Кола у звітному періоді було започатковано низку виробничих проектів, спрямованих на зменшення використання електроенергії та природного газу:

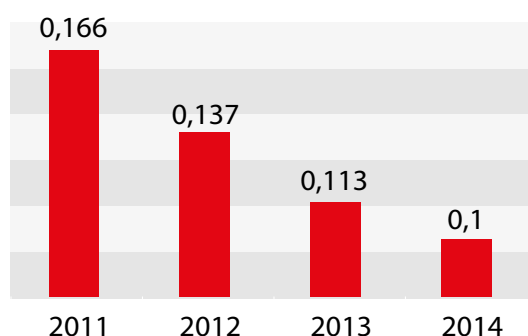
- понад 50% електродвигунів були обладнані частотним приводом, що забезпечує плавне регулювання частоти обертання;
- у виробничих приміщеннях на 40% замінено лампи накаливання на світлодіодні;
- встановлено високоефективний паровий котел з ККД 94% і можливістю регулювати вихідний тиск залежно від потреб виробництва;
- реалізовано замкнуту схему зі 100% збором конденсату;
- на 100% виконано теплоізоляцію трубопроводів і ємностей;
- встановлено редуктори пару, які забезпечують оптимальний тиск на кожній виробничій ділянці

### Використання енергії (кВт на літр виготовленого напою), Квас Беверіджиз

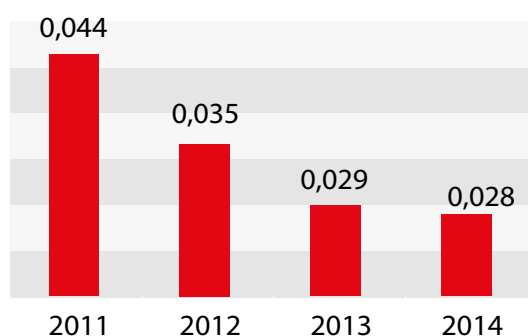


- Equipped over 50% of electric engines with frequency drives that ensures smooth regulation of the rotation frequency;
- At the production facilities, 40% of the incandenscent lamps were substituted with LED-lamps;
- Efficient steam boiler with a coefficient of efficiency of 94% and adjustable outgoing pressure depending on the production needs to be installed;
- A closed system with 100% condensate harvesting has been implemented;
- Thermal insulation of pipelines and tanks has been completed 100%;
- Steam reducers ensuring optimal pressure at each production unit have been installed.

***Electricity consumption (kWt per litre of produced beverage), Kvass Beverages***



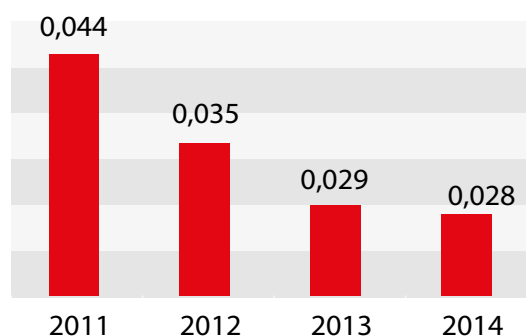
***Natural gas consumption (m3 per litre of produced beverage), Kvass Beverages***



**In 2012 the first of its kind in Ukraine energy efficient quad generation plant was launched on the territory of Coca-Cola Beverages Ukraine. This plant produces CO<sub>2</sub>, energy, steam, cold and hot water for the production needs of Coca-Cola. The plant's technology allows for decreasing CO<sub>2</sub> emissions by 40% and increasing energy efficiency by 32% compared to conventional power plants.**

**The modernization of the ventilation station at Coca-Cola Beverages Ukraine plant and warehouses allows saving the heat by reducing natural gas consumption. The temperature sensors, blowers (air curtains) and gate systems quick recovery were installed at warehouses. As a result – we have reduced the use of natural gas for heating by 400,000 m<sup>3</sup> per year.**

## Споживання природного газу (мЗ на літр виготовленого напою), Квас Беверіджиз



У 2012 р. на території Кока-Кола Беверіджиз Україна було відкрито перший в Україні квадрогенераційний енергозберігаючий завод. Цей завод виробляє CO<sub>2</sub>, електроенергію, пару, гарячу та холодну воду та забезпечує ними виробничі потреби Кока-Кола. Технології, що застосовані на ньому, більше ніж на 40% зменшують викиди CO<sub>2</sub> та на 32% підвищують енергоефективність у порівнянні з традиційними енергетичними установками.

Модернізація вентиляційної системи на виробництві та складських приміщеннях Кока-Кола Беверіджиз Україна дозволяє зберігати тепло за рахунок скорочення споживання природного газу. У складських приміщеннях встановлено датчики температури, повітрорудувки (теплові завіси) і системи воріт швидкого піднімання. Як результат – ми скоротили використання природного газу для опалення на 400 тис. мЗ на рік.

Для мінімізації впливу від транспортних засобів та скороченню викидів в атмосферу, компанія успішно втілила проект Еко-драйвінгу. Основна його мета – оптимізація маршрутів руху, мінімізація використання палива для автотранспорту, скорочення викидів від автотранспорту, а також зниження рівня дорожньо-транспортних пригод та травматизму.

## Суспільні проекти, направлені на запобігання зміні клімату

### Табір зі зміни клімату

На додаток до постійного впровадження нових технологій, спрямованих на захист клімату, у тому числі на виробництві та в офісі, у 2013 р. Фондація Кока-Кола підтримала в Україні проект Фонду Віктора Пінчука «Табір зі зміни клімату». Через студентів стипендіальної програми «Завтра. UA» Фонд намагається змінити ставлення громадськості, попри те, що рівень обізнаності про цю глобальну проблему досить низький.



Following the world's tendency to minimise the impact of transportation and our CO<sub>2</sub> emissions discharge into the atmosphere, the Eco Driving project was successfully launched by our company. The main objective of the project is to reduce emissions, fuel consumption by the company's fleet and decrease the number of traffic accidents.

## Community Projects Aimed at Climate Protection

### Climate Change Camp

In addition to continual improvements at the production and in the office in 2013 the Coca-Cola Foundation supported the «Climate Change Camp» project organized by the Victor Pinchuk Fund. Through its scholarship programme «Zavtra.UA», the Fund has endeavoured to change public attitudes towards the topic, which still has a low level of public awareness in Ukraine.

The Climate Change Camp has gathered 200 university students from all over Ukraine near Dnipropetrovsk, an industrial heart of Ukraine, to listen to climate experts and generate ideas aimed at preventing the development of climate change.

The agenda of the four-day camp was busy with lectures, brain-storming sessions and group discussions, a clean-up the campus area, and a tour to Interpipe Steel plant.

It resulted in 15 group presentations on projects regarding energy efficiency, recycling and raising awareness. Project «Eco-Map» ([www.eco-map.com.ua](http://www.eco-map.com.ua)) won the contest, and the team received a grant from Coca-Cola Ukraine for creating an interactive map indicating collection points of recyclable wastes.

The first results of the project were presented during the second «Climate Change Camp» in Puschta-Vodytsia near Kyiv in August 2014. The Camp again gathered many students from all over Ukraine who are interested in the environmental theme to work on new ideas. This time «Battle for Water» won. The team offered a creative idea to produce a cartoon series promoting wise water use. Looking forward to see the results!



### ECOFAN

Anticipating UEFA EURO – 2012, Coca-Cola Ukraine launched the «Coca-Cola Ecofan – Change your city for UEFA EURO 2012!» The project aimed at helping Ukrainian cities to become better hosts of the Championship, unite young people around the idea of «eco-philosophy» and prove that citizens can make changes for the better by themselves – all they need is willingness, personal initiative and creativity. The main phase of the project was rolled out in 2012 across four host cities: Kyiv, Kharkiv, Lviv, and Donetsk.

Майже 200 студентів з усієї України приїхали до табору поблизу Дніпропетровська, щоб послухати експертів та попрацювати над ідеями щодо запобігання подальшим змінам клімату.

Тож розклад табору був насичений лекціями, дискусіями та роботою в групах, а з практичних занять – прибирання території табору та відвідання заводу Інтерпайп.

У результаті народилось 15 проектів, які було представлено на розсуд журі. Вони стосувались енергоефективності, переробки вторинної сировини та підвищення обізнаності громад. Переможцем конкурсу 2013 р. став проект «Еко-Мар» ([www.eco-map.com.ua](http://www.eco-map.com.ua)). Команда отримала грант від Компанії Кока-Кола Україна на впровадження своєї ідеї створення інтерактивної карти з позначеними місцями збору вторинної сировини.

Перші результати цього проекту було презентовано під час другого «Табору зі змін клімату», який відбувся у серпні 2014 р. у Пущі-Водиці під Києвом. Тут знову зібрались небайдужі до проблем екології студенти з усієї України для роботи над новими ідеями. Цього разу переможцем став проект «Битва за воду». Команда пропонувала створити серію роликів, які будуть закликати ощадливо використовувати водні ресурси. З нетерпінням очікуємо результатів творчості команди!

## ЕКОФАН

В очікуванні Чемпіонату Європи з футболу УЄФА Євро-2012™, наприкінці 2011 р. Кока-Кола Україна започаткувала проект «Coca-Cola® Екофан – зміни своє місто до УЄФА Євро 2012™!». Проект був спрямований на те, щоб допомогти українським містам стати гарними господарями Чемпіонату, об'єднати молодь довкола ідеї «еко-філософії» та довести, що люди здатні робити зміни на краще власними силами, і все, що їм потрібно – це бажання, особиста ініціатива та творчий підхід. Основні активності відбувались впродовж 2012 р. у чотирьох містах, які приймали Чемпіонат: Києві, Харкові, Львові, Донецьку. Проект складався з он-лайн та оф-лайн активностей. Спершу на основі двох платформ соціальних мереж було створено спеціальні групи: [www.vkontakte.ru/ecofan](http://www.vkontakte.ru/ecofan) та [www.facebook.com/ecofanua](http://www.facebook.com/ecofanua). Далі в цих групах розгорнулись он-лайн активності: вікторини, опитування, конкурси з призами, віртуальні зустрічі та флеш-моби. Було залучено також інші соціальні об'єднання та зацікавлені групи і блоги. В онлайні еко-спільнота проекту стала лідером за кількістю учасників – 22,5 тисяч осіб!

Далі он-лайн активності переходили в реальне життя міст, залучаючи волонтерів до прибирання парків, розчищення міських річок, створення альтернативних ялинок, висаджування дерев і квітів, збору батарейок та передачі їх на утилізацію, участь в майстер-класах з апсайклінгу. Понад 2 тисячі волонтерів взяло участь в оф-лайн активностях проекту.

За результатами змагання між містами, місто Львів виграло та здобуло грант на впровадження проекту «Львову личить зелений». У рамках цього проекту, що тривав впродовж 2013 р., у місті було проведено близько 20 семінарів для школярів, встановлено майже 100 велопарковок та 120 комплектів смітників для роздільного збору сміття.

У цілому ж проект дав 340 мільйонів контактів з аудиторією. Тож не дивно, що «Екофан» здобув низку ПР та маркетингових нагород: 2-е місце від «Pravda Awards»; Срібло від Київського міжнародного фестивалю реклами; Золото від SABRE Awards.







The project had digital and offline components and was carried out in 2 phases. During the first phase groups of activists were formed in two online platforms [www.vkontakte.ru/ecofan](http://www.vkontakte.ru/ecofan) and Facebook [www.facebook.com/ecofanua](http://www.facebook.com/ecofanua). The online activities included quizzes, prize contests virtual meetings, flash-mobs, and they were interlinked with other social networks and relevant communities and blogs. The online community became a leader in the number of participants – more than 22,500!

Online activities translated into the real world in the cities and engaged volunteers to clean parks, city rivers, create an alternative New Year tree, plant trees and flowers, collect batteries for reuse, and participate in up-cycling master classes. More than 2,000 volunteers were engaged in the offline activities.

In the final results, Lviv City won the EcoFan project and received a grant for the implementation of the «Lviv Goes Green» project. Within this project which ran throughout 2013, around 20 lectures on environmental behaviour for schoolchildren were delivered, almost 100 parking places for bicycles and more than 120 sets of containers for recyclable items were installed.

The whole EcoFan project generated 340 million contacts with its audience – an impressive result for an environmental project.

The project also received several accolades at various PR and Marketing contests: second place in the «Pravda Awards»; a silver award at the Kyiv International Advertising Festival; and gold at the SABRE Awards.





# У НАШОМУ ЗВІТІ

## На шляху до майбутнього

Уявіть світ іншим, кращим. Світ, у якому всі люди мають доступ до чистої води, де пакування продовжує служити після свого первинного використання, і де суспільство здорове і багате. Це наше бачення майбутнього.

Система компаній Кока-Кола прагне працювати так, щоб вносити тривалі позитивні зміни. Ми невпинно впроваджуємо інноваційні рішення, щоб наша продукція продовжувала бути доступною та вигідною для довкілля та громад, яким ми слугуємо. Ми переконані у тому, що зростання бізнесу залежить від інвестицій в економічний, екологічний та соціальний розвиток громад.

## Етика бізнесу

### Кодекс ділової поведінки

Кодекс ділової поведінки є нашою універсальною всеосяжною політикою. Всі співробітники Кока-Кола відповідальні за те, щоб компанія виконувала взяті на себе зобов'язання у відповідності з найвищими стандартами ведення бізнесу.

Належна комунікація Кодексу ділової поведінки є запорукою ведення бізнесу на основі наших цінностей. Це простий і доступний документ з практичними порадами як себе поводити відповідально.

Кожен наш співробітник має ознайомитись з Кодексом при прийомі на роботу. Також на регулярній основі служба персоналу організовує навчання та тестування на знання Кодексу.

Ми регулярно нагадуємо нашим співробітникам про доступні способи повідомлення інформації про можливі порушення Кодексу ділової поведінки, у тому числі – шляхом анонімного звернення на гарячу лінію. Усі звернення, пов'язані з потенційним порушенням Кодексу розслідуються відділом внутрішнього аудиту.

Корупція для нас неприпустима. Щорічні обов'язкові навчальні програми направлені на те, щоб співробітники розуміли вимоги антикорупційного законодавства і діяли відповідно до них. Програми розробляє юридичний відділ. Всі співробітники щорічно отримують від генерального директора лист про неприпустимість порушень Кодексу ділової поведінки.

### Глобальний Договір ООН

Глобальний Договір є ініціативою, спрямованою на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки.

Члени Глобального Договору беруть на себе добровільні зобов'язання із соціальної відповідальності, приділяючи особливу увагу досягненню цілей ООН у 4-х основних сферах. Це — права людини, трудові відносини, турбота про довкілля та боротьба з корупцією.

2006 р. Кока-Кола в Україні долучилася до Глобального Договору ООН і з усією відповідальністю ставиться до впровадження його Десяти Принципів.

### Права людини

**Принцип 1:** підтримувати та поважати дотримання прав людини, проголошених міжнародним співтовариством.

# IN OUR REPORT

## Meeting the Challenges Ahead

Imagine a better world. A world where all people have access to safe water, where packaging has a life beyond its original use, and where communities are healthy and prosperous. This is our vision.

The Coca-Cola System is committed to making a lasting, positive difference in the world. We are constantly innovating to keep our products affordable and make our business more environmentally and economically beneficial to the communities we serve. And we believe that investing in the economic, environmental and social development of communities will help business to grow.

## Our Ethics

### Code of Business Conduct

Our Code of Business Conduct is our overarching policy. All Coca-Cola employees are responsible for upholding the company's commitment to the highest standards of business conduct.

The communication of this Code of Business Conduct ensures doing business based on our values. It is a clear and accessible document with practical guidance on our individual responsibilities.

Each of our employees learns a Code when applying for a job. Human Resources Service also organizes trainings on the Code on the regular basis.

We regularly make our employees aware of various avenues to raise their concerns and report any violations of the Code of Business Conduct, including through an anonymous hotline. All allegations involving potential Code of Business Conduct violations are investigated by Internal Audit team.

We have a zero-tolerance approach to corruption. Annual mandatory training programmes ensure employees understand applicable anti-bribery and anti-corruption laws and act in compliance with those. Programmes are developed by the Legal Department. All employees receive an annual letter from the CEO underlining our zero-tolerance approach to Code of Business Conduct violations.

### UN Global Compact

The Global Compact is a network-based initiative which aims to promote responsible corporate citizenship and enlists the support of the business sector in achieving a more sustainable and equitable global economy.

The Global Compact stands for social responsibility in business and focuses on companies' contributions to UN goals in four key areas: human rights, labor, the environment and anti-corruption.

Coca-Cola in Ukraine joined the UN Global Compact in 2006 and is committed to apply its Ten Principles throughout its business.

### Human Rights

**Principle 1:** businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights.

**Principle 2:** make sure that they are not complicit in human rights abuses.

**Принцип 2:** забезпечити власну непричетність до порушень прав людини.

## **Трудові відносини**

**Принцип 3:** підтримувати свободу асоціацій та на практиці визнавати право на заключення колективних угод.

**Принцип 4:** виступати за викорінення всіх форм примусової праці.

**Принцип 5:** сприяти повному зникненню дитячої праці.

**Принцип 6:** виступати за ліквідацію дискримінації у сфері зайнятості та працевлаштування.

## **Захист навколишнього середовища**

**Принцип 7:** дотримуватись превентивного підходу до вирішення екологічних проблем.

**Принцип 8:** здійснювати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища.

**Принцип 9:** сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій.

### **Антикорупційний принцип**

**Принцип 10:** протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво і хабарництво.

## **Наші нагороди та відзнаки**

Працюючи на українському ринку, Кока-Кола в Україні досягла вагомих професійних, виробничих та громадських успіхів, про що свідчать численні нагороди та відзнаки. Серед них:

- 2014 – Всеукраїнський конкурс якості продукції «100 кращих товарів України», «Rich®» – переможець у номінації «Продовольчі товари».
- 2014 – «Міжнародний конкурс пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод» – «Coca-Cola®», «BonAqua®», «Fanta®» та «Ярило» отримали Золоті і Срібні медалі та дипломи за якість.
- 2014 – Нагорода «Найкраща соціально-екологічна компанія 2014» за участь у Всеукраїнському конкурсі «Екологія, довкілля та природокористування в Україні 2014».
- 2013 – Нагорода «Найкраща соціально-екологічна компанія 2013» за участь у Всеукраїнському конкурсі «Екологія, довкілля та природокористування в Україні 2013».
- 2013 – Перемога у національному конкурсі «Корпоративне волонтерство-2012» у номінації «Культура».
- 2013 – Диплом за сумлінне виконання податкових зобов'язань та високий рівень податкової культури від Міністерства доходів та зборів.
- 2013 – Всеукраїнський конкурс якості продукції «100 кращих товарів України», «BonAqua®» – переможець у номінації «Продовольчі товари».
- 2013 – «Міжнародний конкурс пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод» – «BonAqua®» та «Fanta® Лимон» отримали Золоті медалі та дипломи за якість.
- 2013 – «Міжнародний конкурс пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод» – Квас «Ярило» отримав Гран-Прі.
- 2013 – «Coca-Cola® Екофан – зміни своє місто до УЄФА Євро 2012™!» отримав:
  - 2-е місце від «Pravda Awards»;
  - Срібло від Київського міжнародного фестивалю реклами;
  - Золото від SABRE Awards.
- 2012 – «Лідер природоохоронної діяльності 2012» за участь у загальноукраїнському проєкті «Екологія, довкілля та природокористування в Україні».
- 2012 – Всеукраїнський конкурс якості продукції «100 кращих товарів України», «BotaniQ kids» – переможець у номінації «Продовольчі товари».
- 2012 – Перемога у національному конкурсі «Корпоративне волонтерство-2011» у номінації «Екологія».



## Labour Standards

**Principle 3:** businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining.

**Principle 4:** the elimination of all forms of forced and compulsory labor.

**Principle 5:** the effective abolition of child labor.

**Principle 6:** the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.

## Environment

**Principle 7:** businesses should support a precautionary approach to environmental challenges.

**Principle 8:** undertake initiatives to promote greater environmental responsibility.

**Principle 9:** encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies.

## Anti-Corruption

**Principle 10:** businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery.

## Our Awards and Recognition

Operating in the Ukrainian market, the Coca-Cola system in Ukraine has received numerous awards in recognition of its achievements in business, product innovation, high-quality production and corporate citizenship. In particular:

- 2014 – «100 Best Products of Ukraine» national award, «Rich®» won in the nomination «Consumer goods» among beverages.
- 2014 – «Beer, Beverages and Mineral Waters» International Quality Competition – Gold and Silver medals and diplomas for high product quality of «Coca-Cola®», «BonAqua®», «Fanta®» and «Yarylo».
- 2014 – «The Best Social & Ecological Company 2014» Award for the All-Ukrainian contest «Ecology, Environment & Environmental Management in Ukraine 2014».
- 2013 – «The Best Social & Ecological Company 2013» Award for the All-Ukrainian contest «Ecology, Environment & Environmental Management in Ukraine 2013».
- 2013 – Award in the national «Corporate Volunteere Contest – 2012», first place in the Culture category.
- 2013 – A diploma for the faithful tax obligations fulfillment and a high level of tax culture from the Ministry of Revenue and Duties of Ukraine.
- 2013 – «100 Best Products of Ukraine» national award, «BonAqua®» won in the nomination «Consumer goods» among beverages.
- 2013 – «Beer, Beverages and Mineral Waters» International Quality Competition – Gold medals and diplomas for high product quality of «BonAqua®» and «Fanta® Lemon».
- 2013 – «Beer, Beverages and Mineral Waters» International Quality Competition – Grand Prix to Kvass «Yarylo».
- 2013 – «Coca-Cola Ecofan – Change your city for UEFA EURO 2012!» received:
  - Second place in the «Pravda Awards»;
  - Silver at the Kyiv International Advertising Festival;
  - Gold at the SABRE Awards.
- 2012 – «Leader of Environmental Protection» for Participation in the all-Ukrainian project «Environmental Protection in Ukraine».
- 2012 – «100 Best Products of Ukraine» national award, BotaniQ kids won in the nomination – «Consumer goods» among beverages.
- 2012 – Award in the national «Corporate Volunteere Contest – 2011», first place in the Environment category.

# ДОДАТКИ

## ДОДАТОК 1. ТАБЛИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ GRI G3 APPENDIX 1. TABLE OF GRI G3 INDICATORS

| GRI  | Показник / Indicator                                                             | 2012       | 2013       | 2014       |
|------|----------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|
| EN3  | Використання енергії /Energy                                                     | MJ/lpb     | MJ/lpb     | MJ/lpb     |
|      | Пряме викоритсання енергії                                                       | 0.58       | 0.52       | 0.49       |
|      | Direct energy use                                                                |            |            |            |
|      | Електропостачання                                                                | 0.27       | 0.27       | 0.25       |
|      | Electricity                                                                      |            |            |            |
|      | Природний газ                                                                    | 0.01       | 0.01       | 0.01       |
|      | Natural gas                                                                      |            |            |            |
|      | Зріджений газ                                                                    | 0.02       | 0.02       | 0.02       |
|      | LPG                                                                              |            |            |            |
| EN8  | Використання води / Water usage                                                  | l/lpb      | l/lpb      | l/lpb      |
|      | Водозабір                                                                        | 2.20       | 2.11       | 2.00       |
|      | Water used                                                                       |            |            |            |
| EN21 | Quantity of wastewater discharge                                                 | mln litres | mln litres | mln litres |
|      | Обсяги стічних вод                                                               | 0.641      | 0.661      | 0.499      |
| EN22 | Waste / Утворення відходів                                                       | g/lpb      | g/lpb      | g/lpb      |
|      | Загальне утворення відходів                                                      | 4.17       | 5.06       | 3.62       |
|      | Total amount of waste                                                            |            |            |            |
|      | Перероблені відходи                                                              | 85.67      | 87.39      | 87.98      |
|      | Recycling recovery                                                               |            |            |            |
| LA1  | Загальна кількість працівників, осіб                                             | 1660       | 1522       | 1285       |
|      | Total workforce (no. of employees)                                               |            |            |            |
| LA4  | Частка співробітників, на яких розповсюджується дія колективних договорів        | 100%       | 100%       | 100%       |
|      | Employees covered by collective bargaining agreements                            |            |            |            |
| LA6  | Частка співробітників, представлених в офіційних комітетах з охорони праці       | 10%        | 10%        | 10%        |
|      | Percentage of total workforce represented in formal health and safety committees |            |            |            |
| LA7  | Рівень виробничого травматизму та професійних захворювань                        | 5          | 0          | 6          |
|      | Accident incidence                                                               |            |            |            |

# APPENDICES

| GRI  | Показник / Indicator                                                                                                                                                               | 2012                     | 2013                     | 2014                     |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| LA7  | Кількість нещасних випадків зі смертельними наслідками                                                                                                                             | 0                        | 0                        | 0                        |
|      | Number of fatalities                                                                                                                                                               |                          |                          |                          |
| LA7  | Кількість пропущених днів і прогулів через захворювання                                                                                                                            | 5425                     | 7577                     | 6079                     |
|      | Sickness absence (days absent)                                                                                                                                                     |                          |                          |                          |
| LA8  | Програми освіти, навчання, запобігання і контролю ризиків для допомоги співробітникам, членам їх сімей по відношенню до тяжких захворювань                                         | Стор.38-45 / Page 38-45  | Стор.38-45 / Page 38-45  | Стор.38-45 / Page 38-45  |
|      | Education, training, counseling, prevention and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases        |                          |                          |                          |
| LA12 | Доля співробітників, що регулярно проходять оцінку результативності і кар'єрних можливостей                                                                                        |                          |                          |                          |
|      | Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews                                                                                               |                          |                          |                          |
| LA13 | Розподіл працівників за статтю – кількість жінок                                                                                                                                   | 237 (14.3%)              | 228 (15%)                | 214 (18%)                |
|      | Breakdown of employees according to gender – women                                                                                                                                 |                          |                          |                          |
| LA13 | Розподіл працівників за віком (<30 / 30-50 / >50 років)                                                                                                                            | 736 / 824 / 105          | 641 / 784 / 97           | 462 / 736 / 87           |
|      | Breakdown of employees per category according to age group (<30 / 30-50 / >50 years)                                                                                               |                          |                          |                          |
| HR3  | Загальна кількість годин навчання працівників політиці та процедурам щодо аспектів прав людини, які відносяться до діяльності організації, включаючи відсоток навчених працівників | Стор. 86-87 / Page 86-87 | Стор. 86-87 / Page 86-87 | Стор. 86-87 / Page 86-87 |
|      | Total hours of employee training on policies and procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained.     |                          |                          |                          |
| HR4  | Загальна кількість випадків дискримінації та вжиті заходи                                                                                                                          | 0                        | 0                        | 0                        |
|      | Total number of incidents of discrimination and corrective actions taken.                                                                                                          |                          |                          |                          |



| GRI | Показник / Indicator                                                                                                                                                                   | 2012                                                                                                                                                                                                                                                             | 2013                     | 2014                     |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| HR5 | Визначена діяльність, де право на свободу асоціацій і колективних переговорів може бути порушені або під загрозою, та заходи, застосовані для підтримки цих прав                       | 0                                                                                                                                                                                                                                                                | 0                        | 0                        |
|     | Activity identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be violated or at significant risk, and actions taken to support these rights. |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                          |
| HR6 | Діяльність, в рамках якої є значний ризик випадків використання дитячої праці, і дії, застосовані для викорінення дитячої праці                                                        | 0                                                                                                                                                                                                                                                                | 0                        | 0                        |
|     | Activity identified as having significant risk for incidents of child labour, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labour.                             |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                          |
| HR7 | Діяльність, в рамках якої є значний ризик випадків використання примусової або обов'язкової праці, і дії, застосовані для викорінення примусової або обов'язкової праці                | 0                                                                                                                                                                                                                                                                | 0                        | 0                        |
|     | Activity identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labour, and measures to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labour |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                          |
| HR8 | Відсоток працівників служби безпеки, які пройшли навчання з політики та процедур компанії щодо прав людини, пов'язаних із діяльністю компанії                                          | Кодекс ділової поведінки, в якому зазначене дотримання всіх політик компанії, розповсюджується на всіх працівників, включаючи службу безпеки. Більшість співробітників служби безпеки є підрядниками, які також повинні слідувати всім політикам компанії.       |                          |                          |
|     | Percentage of security personnel trained in the organisation's policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operation.                               | The Code of Business Conduct, which notes compliance with all company policies, is rolled out to all employees, including security service. Most of the security personnel are employees of contracted partners, who also have to abide by all company policies. |                          |                          |
| HR9 | Загальна кількість порушень, що пов'язані із правами корінних і малочисельних народів, і застосовані дії                                                                               | 0                                                                                                                                                                                                                                                                | 0                        | 0                        |
|     | Total number of incidents of violations involving rights of indigenous people and actions taken.                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                          |
| S01 | Програми і практичні підходи, які оцінюють вплив діяльності організації на громади                                                                                                     | Розділи «Будуємо сильні громади», «Дбаємо про довкілля».                                                                                                                                                                                                         |                          |                          |
|     | Implemented local community engagement, impact assessments and development programmes.                                                                                                 | Please see “Building Strong Communities” and “Protecting the Environment” sections.                                                                                                                                                                              |                          |                          |
| S03 | Відсоток працівників, що пройшли навчання щодо антикорупційних політик та процедур організації                                                                                         | Стор. 86-87 / Page 86-87                                                                                                                                                                                                                                         | Стор. 86-87 / Page 86-87 | Стор. 86-87 / Page 86-87 |
|     | Percentage of employees trained in organisation's anti-corruption policies and procedures                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |                          |

| GRI | Показник / Indicator                                                                                                                                                                                    | 2012                                   | 2013                        | 2014                        |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| SO4 | Заходи, здійснені щодо випадків корупції                                                                                                                                                                | Немає повідомлень про випадки корупції |                             |                             |
|     | Actions taken in response to incidents of corruption.                                                                                                                                                   | No reported incidents of corruption    |                             |                             |
| PR6 | Програми забезпечення дотримання законів, стандартів і добровільних кодів поведінки, пов'язаних із маркетинговими комунікаціями, включаючи рекламу, просування і спонсорство                            | Стор. 14-19 /<br>Page 14-19            | Стор. 14-19 /<br>Page 14-19 | Стор. 14-19 /<br>Page 14-19 |
|     | Programmes for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship.                                                |                                        |                             |                             |
| PR7 | Загальна кількість випадків недотримання нормативних актів та добровільних кодів поведінки щодо маркетингових комунікацій, включаючи рекламу, просування і спонсорство (з розбиттям за видом наслідків) | 0                                      | 0                           | 0                           |
|     | Total no. of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, sponsorship by outcomes.                           | 0                                      | 0                           | 0                           |
| PR8 | Загальна кількість обґрунтованих скарг на порушення недоторканності приватного життя клієнта та втрати даних про клієнтів                                                                               | 0                                      | 0                           | 0                           |
|     | Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data.                                                                                            | 0                                      | 0                           | 0                           |
| PR9 | Грошова вартість істотних штрафів за недотримання законів і нормативних актів щодо надання та використання продуктів і послуг                                                                           | 0                                      | 0                           | 0                           |
|     | Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services.                                                             | 0                                      | 0                           | 0                           |

## ДОДАТОК 2. ЗАЛУЧЕННЯ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН

| Зацікавлена сторона   | Як ми залуцаємо                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Зони зацікавленості                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Співробітники         | Дослідження рівня залученості та прихильності цінностям компанії, встановлення цілей та оцінка результатів по 7 ключовим напрямкам, одна з яких – КСВ, програми Амбасадорства, проекти спрямовані на здоров'я і безпеку, активний спосіб життя, волонтерські програми, щоквартальні зустрічі співробітників з генеральним директором, щорічні лідерські конференції, гаряча лінія для звернень | Прямий/ непрямий економічний вплив; Безпека та добробут співробітників; Залучення співробітників; Права людини і різноманітність; Залучення громад; Відкритість у корпоративному управлінні.                                                                             |
| Клієнти               | Спільні програми створення цінностей, трейд-маркетингові активації, співробітництво у програмах пов'язаних зі здоров'ям та сталим розвитком, регулярні зустрічі, команди по роботі з ключовими клієнтами, спільне бізнес планування, центри по роботі з клієнтами та замовниками, дослідження рівня задоволеності                                                                              | Прямий/ непрямий економічний вплив; Відповідальний маркетинг; Якісні та безпечні напої; Клімат та енергозбереження; Управління відходами упаковки; Ожиріння/ цукор в напоях.                                                                                             |
| Споживачі             | «Гаряча лінія» для споживачів, корпоративний сайт, екскурсії на завод, дослідження, фокус групи, сегментована інтегрована комунікація через інноваційні канали, включаючи соціальні медіа.                                                                                                                                                                                                     | Якісні та безпечні напої; Ожиріння/ цукор в напоях; Відповідальний маркетинг; Залучення громад.                                                                                                                                                                          |
| Постачальники         | Спільні програми створення цінностей, галузеві асоціації, воркшопи з відповідальних закупівель                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Прямий/ непрямий економічний вплив; Відповідальні закупівлі; Клімат та енергозбереження, Відповідальне ставлення до води; Права людини і різноманітність                                                                                                                 |
| Урядові організації   | Консультації, публічні обговорення, діалог з агентствами з питань харчової безпеки та захисту довкілля, консультативною радою з питань іноземних інвестицій, посольствами тощо.                                                                                                                                                                                                                | Прямий/ непрямий економічний вплив; Бізнес етика/ антикорупція; Державна політика; Відкритість у корпоративному управлінні; Ожиріння/ цукор в напоях; Управління відходами упаковки; Клімат та енергозбереження; Права людини і різноманітність; Відповідальні закупівлі |
| Неурядові організації | Конференції, консультації, публічні обговорення, партнерство у спільних програмах (збереження довкілля, активний спосіб життя та здорове харчування, програми підтримки місцевих громад), членство у бізнес та галузевих асоціаціях                                                                                                                                                            | Прямий/непрямий економічний вплив; Залучення громад; Відповідальне ставлення до води; Клімат та енергозбереження; Відповідальні закупівлі; Права людини і різноманітність                                                                                                |
| Місцеві громади       | Екскурсії на завод, суспільні проекти для громад, партнерство спрямоване на розвиток молоді та розширення прав і можливостей жінок, локальні соціальні проекти, виступи в університетах; волонтерство, захист навколишнього середовища та зменшення нашого впливу.                                                                                                                             | Залучення громад; Відповідальне ставлення до води; Права людини і різноманітність; Прямий/непрямий економічний вплив; Управління відходами упаковки; Ожиріння/ цукор в напоях.                                                                                           |



## APPENDIX 2. STAKEHOLDER ENGAGEMENT

| Stakeholders                                                         | How we engage                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Areas of interest                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Employees                                                            | Engagement and values surveys; management by objectives along 7 key result areas including Corporate Social Responsibility, ambassadorship, health, safety and sustainability communications programme; community and active lifestyle projects, quarterly CEO business updates, annual Leadership Conference, Employee Works Council, whistleblower hotline and materiality survey | Direct/ indirect economic impacts; Employee safety and wellbeing; Employee engagement; Human rights and diversity; Community engagement; Transparency on corporate governance.                                                                                               |
| Customers                                                            | Joint value creation initiatives, trade marketing activities, cooperation on health and sustainability related initiatives, regular meetings, dedicated account teams, joint business planning, customer care centres, satisfaction surveys                                                                                                                                         | Direct/ indirect economic impacts; Responsible marketing; Healthy and safe products; Carbon and energy; Packaging waste management; Obesity/ sugar-sweetened beverages.                                                                                                      |
| Consumers                                                            | Consumer hotlines, local websites, plant tours, research, surveys, focus groups, segmented and customised integrated communications via innovative channels including social media                                                                                                                                                                                                  | Healthy and safe products; Obesity/ sugar-sweetened beverages. Responsible marketing; Community engagement.                                                                                                                                                                  |
| Suppliers                                                            | Joint value creation initiatives, supplier award event, industry associations, workshops on sustainable supply                                                                                                                                                                                                                                                                      | Direct/ indirect economic impacts; Sustainable procurement; Carbon and energy, Water stewardship, Human rights and diversity                                                                                                                                                 |
| Governments and regulatory authorities                               | Participation in consultations, discussions and dialogue with food safety and environment agencies, foreign investment advisory councils, embassies, etc.                                                                                                                                                                                                                           | Direct/ indirect economic impacts; Business ethics/ anti-corruption; Influencing public policy; Transparency on corporate governance; Obesity/ sugar-sweetened beverages; Packaging waste management; Carbon and energy; Human rights and diversity; Sustainable procurement |
| Non-governmental and intergovernmental organisations (NGOs and IGOs) | Conferences, consultations, discussions, partnering on common issues (e.g. nature conservation, health and nutrition and community investment programme), memberships in business and industry associations                                                                                                                                                                         | Direct/ indirect economic impacts; Community engagement; Water stewardship; Carbon and energy; Sustainable procurement; Human rights and diversity                                                                                                                           |
| Communities                                                          | Plant visits, community stewardship programme, partnerships on common issues such as youth development and empowerment of women and other, locally relevant social issues; lectures at universities; volunteerism, protection of the environment, decreasing our footprint                                                                                                          | Community engagement; Water stewardship; Human rights and diversity; Direct/ indirect economic impacts; Packaging waste management; Obesity/ sugar-sweetened beverages.                                                                                                      |

### ДОДАТОК 3. СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

**Ботлери** – суб'єкти господарювання, які виробляють, продають та здійснюють дистрибуцію напоїв торгових марок The Coca-Cola Company на умовах франшизи.

**Ботлер-завод** – потужності з виробництва напоїв, у тому числі склади, виробничі ділянки, інші будівлі та обладнання. У Звіті також згадується як «завод».

Глобальний Договір ООН – це ініціатива, спрямована на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки.

**Дистрибуція** – це потік операцій, що включає доставку продукції зі складу на ринок, продаж, мерчандайзинг та управління розрахунками.

**Замовник** – точка роздрібної торгівлі, ресторан чи будь-яка інша бізнес-одиниця, що продає продукцію компанії Кока-Кола споживачам.

**Індекс сталого розвитку Доу Джонса** – світовий фондовий індекс сталого розвитку, один із найважливіших міжнародних показників оцінки КСВ, запроваджений у 1999 р.

**Квадрогенераційний завод** – теплоелектростанція по виробництву електроенергії, холодної води, пару та вуглекислого газу в комбінованому процесі.

**ККБУ** – Кока-Кола Беверіджиз Україна.

**КСВ (корпоративна соціальна відповідальність)** – концепція, згідно з якою компанія бере на себе відповідальність за свій вплив на довкілля, суспільство та економіку.

**Лвп (літрів виготовленої продукції)** – одиниця вимірювання групи екологічних показників.

**НУО** – неурядова організація.

**НОК** – Національний Олімпійський Комітет.

**ПЕТ (поліетилентерефталат)** – термопластик, найбільш поширений представник класу полієфірів. ПЕТ може бути повторно перероблений на нову упаковку, одяг, килимові покриття та промислові матеріали.

**Преформи** – ПЕТ-заготовки для видування пляшки.

Споживач – особа, що споживає напої компанії Кока-Кола.

**ТССС** – абрєв. від «The Coca-Cola Company».

**ТЧХУ** – Товариство Червоного Хреста України.

**Умовний ящик** – одиниця виміру об'єму продукції, що дорівнює 5.678 літрів.

**ISO** – Міжнародна Організація зі Стандартизації.

**ICPDR** – Міжнародна комісія із захисту ріки Дунай. Bottlers: Business entities that sell, manufacture, and distribute beverages of The Coca-Cola Company under a franchise agreement.

## APPENDIX 3. GLOSSARY OF TERMS

**Bottling plant:** A beverage production facility, including associated warehouses, workshops, and other on-site buildings and installations. In this report also referred to as «production plant».

**UN Global Compact:** A network-based initiative which aims to promote responsible corporate citizenship and enlists the support of the business sector in achieving a more sustainable and equitable global economy.

**Distribution:** Getting the product from bottling plant to the marketplace; includes sales, delivery, merchandising and local account management.

**Customer:** Retail outlet, restaurant or any other business that sells Coca-Cola products to consumers.

**Dow Jones Sustainability Index:** A global indices tracking performance of the most sustainable companies worldwide, launched in 1999.

**Quad generation plant:** a power generation system that can produce power, cold water, heat and CO<sub>2</sub> in a combined process.

**CCBU:** Coca-Cola Beverages Ukraine.

**CSR (Corporate Social Responsibility):** a concept whereby organizations take responsibility for the impact of their operations on environment, society and economy.

**Lpb (Liters of produced beverages):** Unit of reference for environmental indicators.

**NGO:** Non-Governmental Organisation.

**NOC:** National Olympic Committee.

**PET (Polyethylene Terephthalate):** a thermoplastic polymer resin of the polyester. PET can be recycled into new containers, clothing, carpeting and industrial materials.

**Preforms:** PET forms which are blown into PET bottles.

**Consumer:** person who drinks beverages of Coca-Cola.

**TCCC:** The Coca-Cola Company.

**URCS:** Ukrainian Red Cross Society.

**Unit case:** a sales volume measure, equals 5.678 litres.

**ISO:** International Standards Organisation.

**ICPDR** – International Commission for the Protection of the Danube River.



## **ДОДАТОК 4. ПЕРЕЛІК КОРИСНИХ ПОСИЛАНЬ**

### **APPENDIX 4. USEFUL LINKS**

#### **Про нас**

##### **About Us**

<http://www.coca-colahellenic.com.ua/>

<http://www.coca-colahellenic.com/>

<http://www.coca-colaukraine.com/>

<http://www.coca-cola.ua/>

<http://www.coca-colacompany.com/>

<http://www.fanta.ua>

#### **Підвищуючи добробут кожного**

##### **Enhancing Personal Well-being**

<http://ball.coca-cola.ua/>

<http://noc-ukr.org/>

<http://www.antiaids.org/>

<http://safeconnection.org/>

<http://www.klitschkofoundation.org/>

<http://specialolympics.org.ua/>

#### **Будуємо сильні громади**

##### **Building Strong Communities**

<http://www.redcross.org.ua/>

<http://www.unicef.org/ukraine/>

<http://charitymay.com/>

<http://artarsenal.in.ua/>

<http://art-arsenalfund.org/>

<http://bookforum.ua/>

#### **Дбаємо про довкілля**

##### **Protecting the Environment**

<http://www.icpdr.org/>

<http://www.danubeday.org/>

<http://letsdoitukraine.org/>

<http://www.aqua-kiev.info/>

<http://birdlife.org.ua/>

<http://koktebel.info/new/>

<http://www.zavtra.in.ua/>

## **ДОДАТОК 5. КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ**

### **APPENDIX 5. CONTACT INFORMATION**

#### **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](mailto:ccbu@cchellenic.com)  
[www.coca-colahellenic.com.ua](http://www.coca-colahellenic.com.ua)

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

З питань працевлаштування

Ви можете надіслати своє резюме на факс:

+38 (044) 490-07-71

або електронною поштою:

[uaresumé@cchellenic.com](mailto:uaresumé@cchellenic.com)

Для представників ЗМІ

Менеджер по роботі зі ЗМІ:

Тел: + 38 (044) 490-07-07

#### **ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед»**

Вул. Сковороди, 17г  
м. Київ  
04070, Україна  
Тел. +38 044 490 08 80  
[www.coca-cola.ua](http://www.coca-cola.ua)

#### **ТОВ «Квас Беверіджиз»**

Вул. Тамбовська 3  
м. Запоріжжя  
69000, Україна

#### **FE «Coca Cola Beverages Ukraine Limited»**

P.O. Box 403  
51 km of St.-Petersburg highway  
Village of Velyka Dymarka  
Brovary District  
Kyiv region  
07442, Ukraine  
Tel.: +38 044 490 07 07  
Fax: +38 044 490 07 71  
E-mail: [ccbu@cchellenic.com](mailto:ccbu@cchellenic.com)  
[www.coca-colahellenic.com.ua](http://www.coca-colahellenic.com.ua)

Consumer info line

If you are a consumer and would like to gain information or give feedback about our products and promotions, please call:

+ 38 0800 30 80 08

Job applications

You can submit your CV at fax:

+38 044 490 07 71

or on e-mail:

[uaresumé@cchellenic.com](mailto:uaresumé@cchellenic.com)

Media contact

Media Manager:

Tel: + 38 044 490 07 07

#### **LLC «Coca-Cola Ukraine Limited»**

17G, Skovorody St.  
Kyiv  
04070, Ukraine  
tel.: +38 044 490 08 80  
[www.coca-cola.ua](http://www.coca-cola.ua)

#### **LLC «Kvass Beverages»**

3, Tambovska St.  
Zaporizhzhia  
69000, Ukraine



**Соса-Солa є зареєстрованою торговельною маркою The Соса-Солa Company. ©2015 Всі права захищено.**