Coca-Cola HBC Slovenská republika

Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko

SPRÁVA O SOCIÁLNEJ ZODPOVEDNOSTI 2015

Editoriál

VÁŽENÍ SPOTREBITELIA, OBCHODNÍ PARTNERI, DODÁVATELIA, PRIATELIA A ČITATELIA,

tohtoročná deviata správa o sociálnej zodpovednosti ponúka informácie o našej spoločnosti za rok 2015 a zahŕňa oblasti našich činností, ktoré síce nie sú príliš viditeľné, ale ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou všetkých našich krokov a smerujú k trvalej udržateľnosti nášho podnikania.

Na nasledujúcich stránkach kompletne aktualizovanej verzie tejto správy nájdete informácie o tom, ako podnikáme a ako sa pritom snažíme viesť zásadami ochrany životného prostredia, ako dodržujeme mnohé etické štandardy, aké ponúkame pracovné prostredie a podmienky našim zamestnancom, ako sa snažíme minimalizovať dopady na okolitý svet alebo ako podporujeme miesta, kde podnikáme, t. j. informácie o našich aktivitách, ktoré idú často nad rámec miestnych legislatívnych požiadaviek a ktoré ako spoločensky zodpovedná firma implementujeme.

V roku 2015 bola naša skupina Coca-Cola HBC vyhodnotená opäť ako líder v kategórii nealkoholických nápojov v rámci indexov DJSI: Dow Jones sustainability world index a Dow Jones sustainability Europe index. Získali sme i vynikajúce hodnotenie v oblasti projektov zameraných na informácie o emisiách uhlíka.

A boli sme zaradení do globálneho zoznamu CDP climate performance leadership index 2015 (index spoločností, ktoré vyvíjajú najväčšie úsilie v boji proti klimatickým zmenám).
V roku 2015 boli zavedené a úspešne certifikované princípy EWS (European water stewardship). Ide o systém zameraný na ochranu vodných zdrojov podporovaný politikou EÚ a náš pražský závod získal golden status.

Naše správy o sociálnej zodpovednosti už desať rokov umožňujú obzrieť sa späť a v strednodobom horizonte dokumentujú náš prístup k podnikaniu na slovenskom trhu.

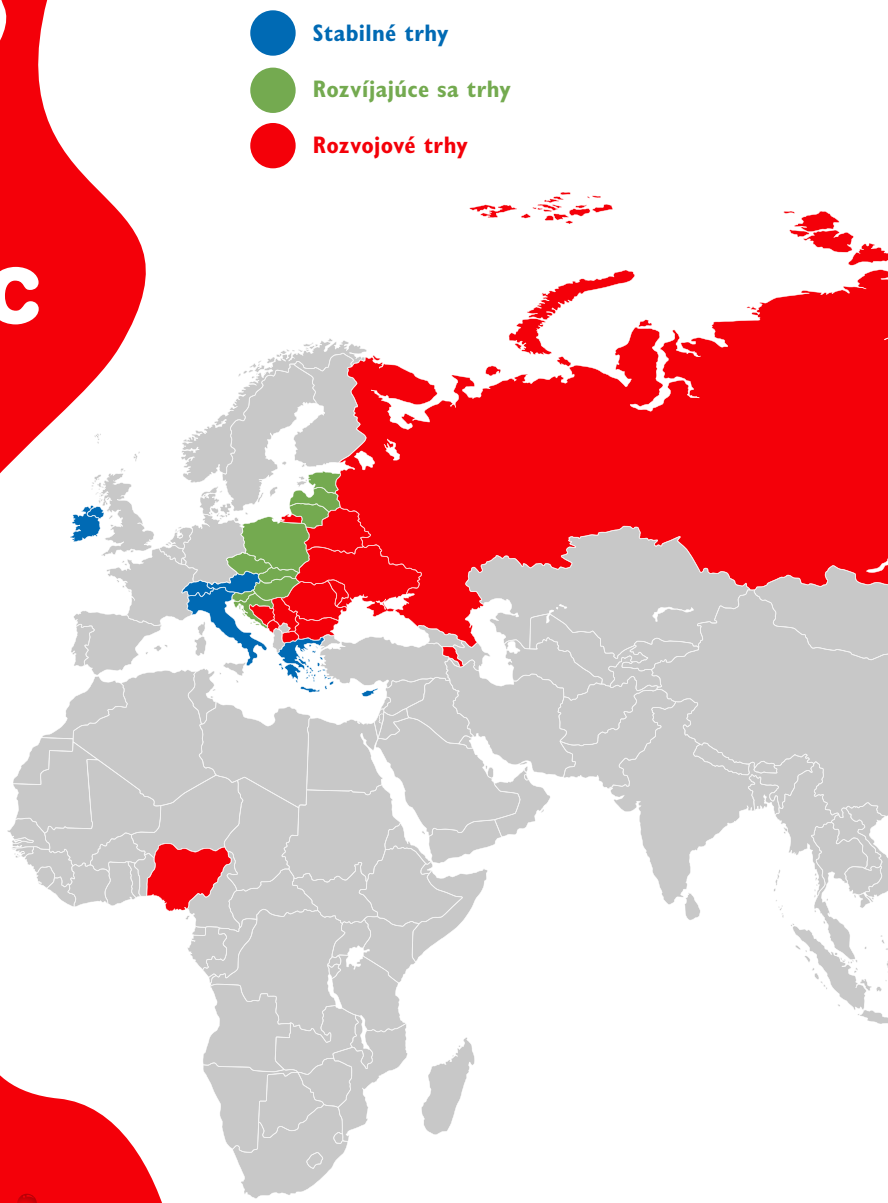
Pre mňa osobne sú dokladom toho, že sa dlhodobo snažíme na slovenskom trhu nielen uspieť, ale byť tiež zodpovední, ohľaduplní a tam, kde je to možné, i prospešní svojmu okoliu, a že naše aktivity v oblasti udržateľnosti sú plne integrované vo všetkom, čo robíme, či už v časoch lepších, alebo horších.

Pevne verím, že tieto informácie budú takýmto dokladom i pre vás.

Tomáš Gawlowski
generálny riaditeľ

Skupina Coca-Cola HBC

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



Obsah

5 **História**

7 **Coca-Cola systém**

10 **Naše poslanie, firemná stratégia a hodnoty**

11 **Spoločenská zodpovednosť**

13 **„JA“**

15) **Portfólio výrobkov**
- Novinky v roku 2015
- Nestea a Cappy Ice Fruit so stéviou
- Ingrediencie nachádzajúce sa v nealko nápojoch

18) **Informovaný spotrebiteľ a zodpovedný marketing**
- Bezpečnosť a kvalita
- Nutričné značenie na etiketách
- Zodpovedný marketing

20) **Aktívny životný štýl a zdravie**

22 **„MY“**

24) **Podpora rozvoja mladých ľudí**
- Detské domovy
- Prehliadka výrobného závodu Praha-Kyje
- Spolupráca s VŠ

25) **Spolupráca s miestnymi komunitami a neziskovými organizáciami**
- Neziskové organizácie a iné záujmové združenia
- Spolupráca s miestnymi samosprávami
- Vianočný kamión

27) **Zákazníci**
- Práca obchodného zástupcu
- Stredisko služieb zákazníkov
- Časopis pre zákazníkov
- E-shop

29) **Naši zamestnanci**
- Vzdelávanie
- Orientačný program pre nových zamestnancov
- Odmeňovanie našich zamestnancov
- Interná komunikácia
- Rada zamestnancov
- Pravidelné prieskumy spokojnosti zamestnancov
- Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci
- Ľudia v číslach

35 **„SVET“**

37) **Voda**

39) **Energie a klíma**
- Vozový park
- Zariadenia pre chladené nápoje

42) **Obaly a recyklácia**
- Nakladanie s odpadmi
- Štandardy, certifikáty a pravidlá

História

Ako sa to všetko začalo

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

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

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

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

1993

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

1994

7. apríla 1994 o 15.15 hodine sa vyrobila prvá fľaša Coca-Coly a o týždeň neskôr

14. apríla 1994 sa uskutočnilo slávnostné spustenie výrobného závodu v Lúke do prevádzky.

1997

Coca-Cola Amatil sa rozdelila. Z jej európskej časti vzniká britská Coca-Cola Beverages a neskôr aj Coca-Cola Beverages Slovenská republika, ktorá otvára desať predajných a obchodných centier a zamestnáva viac ako 1 000 zamestnancov.

2000

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

2005

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

2008

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

Coca-Cola systém

PARTNERSTVO SO SPOLOČNOSŤOU THE COCA-COLA COMPANY

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

TCCC vyrába a predáva koncentráty, ktoré tvoria základ nápojov. Ďalej má na starosti marketing cielený na spotrebiteľa a starostlivosť o jednotlivé značky. My, Coca-Cola HBC, sme zodpovední za výrobu, distribúciu a predaj značkových nealkoholických nápojov spoločnosti The Coca-Cola Company. Máme na starosti tzv. trade marketing, ktorý sa realizuje priamo u zákazníkov.

Coca-Cola HBC Slovenská republika, s.r.o., je dcérskou spoločnosťou Coca-Cola HBC Group a vyrába, predáva a distribuuje značkové nealkoholické nápoje spoločnosti The Coca-Cola Company. Spolupracujeme takmer s 18 000 zákazníkmi, prevádzkujeme sedem distribučných a administratívnych pobočiek, prostredníctvom ktorých dodávame naše výrobky obchodným partnerom a vďaka nim aj konečným spotrebiteľom. Zamestnávame zhruba 230 zamestnancov a na každé pracovné miesto nadväzuje niekoľko ďalších v rámci našich dodávateľsko-odberateľských vzťahov.

THE COCA-COLA COMPANY

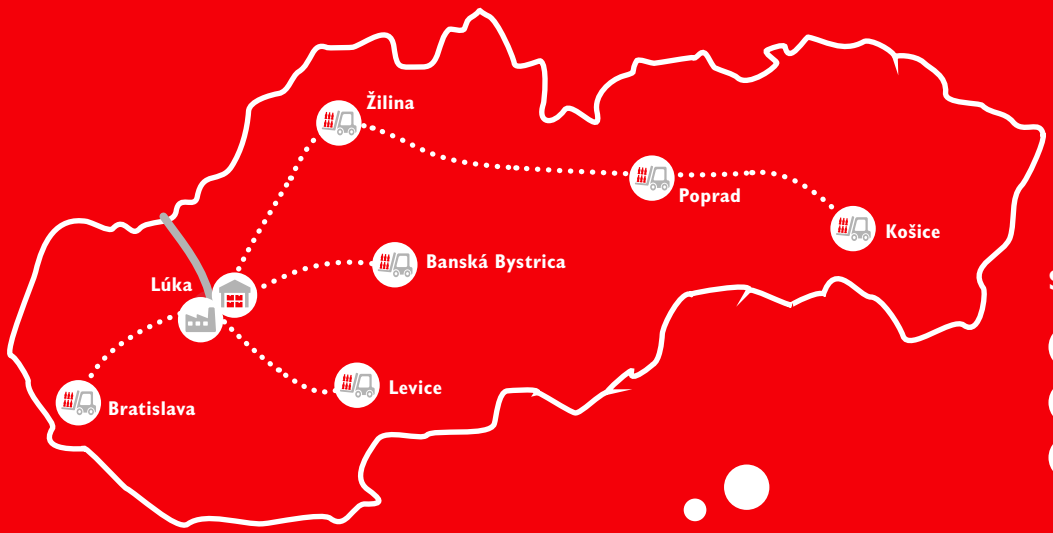
- podporuje dopyt vlastnej ochrannej značky
- dodáva koncentráty
- rozvíja jednotlivé značky
- marketing cieli na spotrebiteľov

PARTNERMI UŽ 60 ROKOV

COCA-COLA HBC

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

Infraštruktúra



SLOVENSKÁ REPUBLIKA

- výrobný závod
- centrálny sklad
- prekladisko

- distribúcia do prekladiska
- kamiónová preprava

COCA-COLA HBC SR V ČÍSLACH:

17 800 zákazníkov

67 obchodných zástupcov

19 500 chladiacich zariadení

650 predajných automatov

697 postmixov

194 rôznych výrobkov

121 mil. litrov nápojov predaných v roku 2015

Cyklus fliaš

NOVÉ TECHNOLÓGIE:

Od r. 2008 do r. 2015 klesol pomer spotreby vody na 1 l vyrobeného nápoja o viac ako **39 %**

SKLAD

DISTRIBÚCIA

ZÁKAZNÍK

Komunikácia so zákazníkmi
viac ako 1 milión rozhovorov ročne

- call centrum
- web portál
- časopis
- E-shop

SPOTREBITEĽ

Informovaný výber

- zodpovedný marketing
- aktívny životný štýl a zdravie

Pomáhame miestnym komunitám

ENVI-PAK, RECYKLÁCIA

Triedením odpadu znižujeme produkciu CO_2

COCA-COLA HBC, VÝROBNÝ ZÁVOD

Naši zamestnanci

- prieskum motivovanosti
- interná komunikácia
- personálne ukazovatele

VÝROBNÁ LINKA, PLNENIE FLIAŠ

Ochrana vodných zdrojov, šetrenie s vodou a energiou

PORTFÓLIO

Naše poslanie, firemná stratégia a hodnoty

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

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

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

NAŠE HODNOTY

VÍŤAZÍME S NAŠIMI ZÁKAZNÍKMI

Naši zákazníci sú srdcom všetkého, čo robíme.

AUTENTICITA

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

SME JEDEN TÍM

Veríme v silu tímovej práce.

ZAUJAM O SVOJICH ĽUDÍ

Dôverujeme ľuďom, rozvíjame ich a dávame im zodpovednosť.

DOKONALOSŤ

Chceme udivovať rýchlosťou a zaujatím pre prácu.

STÁLE SA UČÍME

Načúvame druhým a sme prirodzene zvedaví.

CDP CLIMATE DISCLOSURE LEADER 2014

MEMBER OF Dow Jones Sustainability Indices In Collaboration with RobecoSAM

Spoločenská zodpovednosť

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

Odmenou za toto úsilie je uznanie prostredníctvom indexov Dow Jones Sustainability (od roku 2008) a FTSE4Good (od roku 2001). V roku 2015 bola naša spoločnosť vyhodnotená ako líder vo výrobe nápojov v rámci indexov DJSI: Dow Jones Sustainability World Index a Dow Jones Sustainability Europe Index. Získali sme aj najvyššie hodnotenie „A“ v oblasti Carbon Disclosure Project (CDP, projekt na zverejňovanie informácií o emisiách uhlíka) a boli sme zaradení do globálneho zoznamu CDP Climate Performance Leadership Index 2014 (index spoločností, ktoré vyvíjajú najväčšie úsilie v boji proti zmene klímy).

FTSE4Good

Dow Jones Sustainability Indexes

Spoločenská zodpovednosť firmy a trvalo udržateľný rozvoj

Naša podnikateľská stratégia a základné hodnoty zahŕňajú našu prioritu, ktorou je proces vytvárania hodnôt zdieľaných zamestnancami, spotrebiteľmi, zákazníkmi a miestnymi komunitami. Aby sme mohli vyššie uvedené skutočne dosiahnuť, musí byť udržateľnosť pevnou súčasťou nášho podnikania. Zodpovedné správanie a udržateľný rozvoj sa v našej firme nekončia vyrobením fľaše nápoja Coca-Cola, pretože sú prítomné v celom hodnotovom reťazci – od výrobcov surovín cez dodávateľa a koncových zákazníkov až po širokú spotrebiteľskú verejnosť. Naším cieľom je vytvárať hodnotu pre každého spotrebiteľa a byť činiteľom pozitívnych zmien nielen v miestnych komunitách, ale aj na celom svete. A naša stratégia trvalo udržateľného rozvoja sa preto nesie v duchu posolstva:

„Ja. My. Svet.“

Ja

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

My

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

Svet

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

„Ja“

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

STRATEGICKÉ OBLASTI S VÝZNAMNÝM DOSAHOM

A) Portfólio výrobkov

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

B) Informovaný spotrebiteľ

Poskytujeme komplexné informácie o ingredienciách nachádzajúcich sa v našich výrobkoch a na našich etiketách sme dobrovoľne zaviedli program odporúčaných denných dávok – tzv. **Guideline Daily Amounts (GDA).**

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

ZODPOVEDNÝ MARKETING

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

C) Aktívny životný štýl a zdravie

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

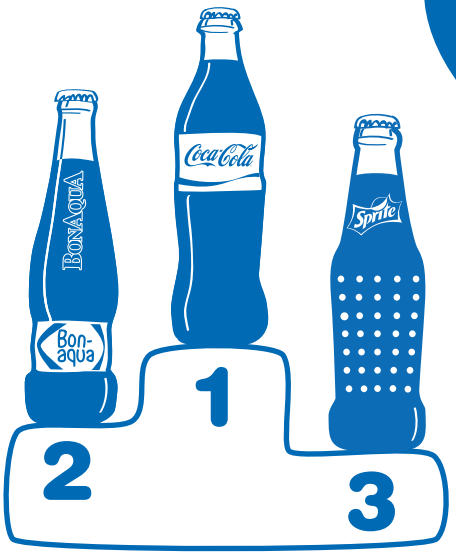
Portfólio výrobkov

PESTRÝ VÝBER NÁPOJOV VRÁTANE PRODUKTOV S NÍZKYM A NULOVÝM OBSAHOM KALÓRIÍ

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

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

TOP 3 značky



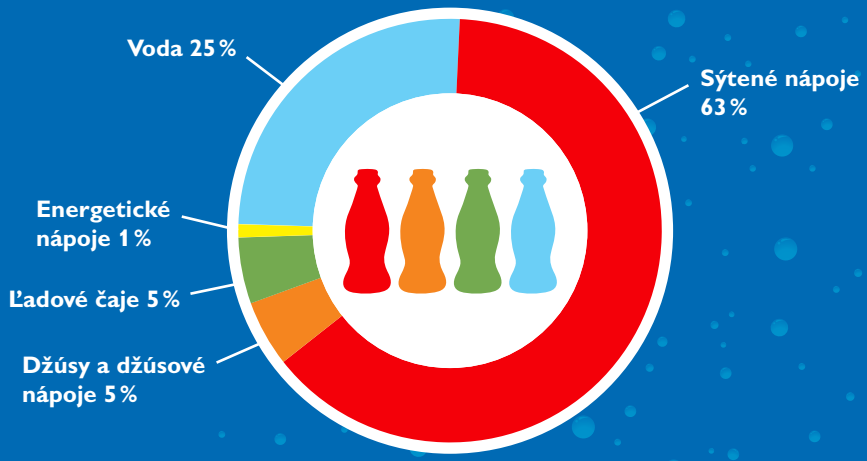
2015	Objem predaja (l)
Coca-Cola	49 498 634
Bonaqua	28 203 091
Sprite	7 362 211

NOVINKY ROKU 2015

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

- **Cappy Pulpy Grapefruit 1 l**
- **Cappy Pulpy Peach 330 ml a 1 l**
- **Bonaqua Gooseberry & BlackCurrant 1,5 l**
- **Bonaqua Coconut & Raspberry (Limited launch)**
- **Monster Valentino Rossi 0,5 l**
- **Monster multipack 4× 500 ml**
- **Monster Mega can 553 ml**
- **Fanta Shokata (0,5 l, 1 l, 2 l)**
- **Nestea Mountain Forest 1,5 l**
- **Nestea Bazový kvet & hrozno 0,5 l, 1,5 l**

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



NESTEA A CAPPY ICE FRUIT SO STEVIOL-GLYKOZIDMI

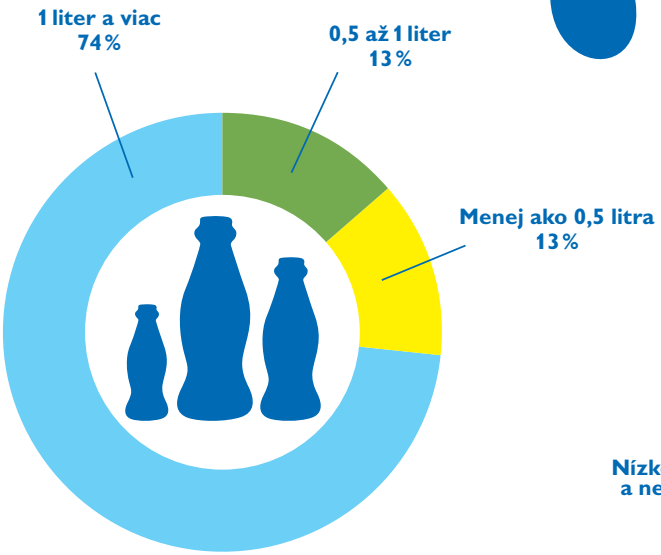
V roku 2012 bol na slovenský trh uvedený prvý výrobok so steviol-glykozidmi – ľadový čaj Nestea s obsahom cukru nižším o 30 %, no s rovnako skvelou chuťou. Steviol-glykozid je sladidlo získavané z rastliny Stevia rebaudiana pochádzajúcej z Južnej Ameriky. Vďaka svojim chuťovým vlastnostiam a zníženému obsahu energie je preferovaným sladidlom používaným v mnohých nápojoch aj potravinách. Na základe vykonaných výskumov ju schválil aj Americký úrad pre potraviny a lieky (FDA) a celý rad expertov na potravinové doplnky pôsobiacich pod Organizáciou OSN pre výživu a poľnohospodárstvo. Od okamihu udelenia súhlasu Európskej komisie v roku 2011 je používanie steviol-glykozidov v nápojoch povolené aj v Európskej únii. V roku 2014 sme začali toto sladidlo používať vo všetkých ľadových čajoch Nestea a CappyIceFruit.

INGREDIENCIE NACHÁDZAJÚCE SA V NEALKO NÁPOJOCH

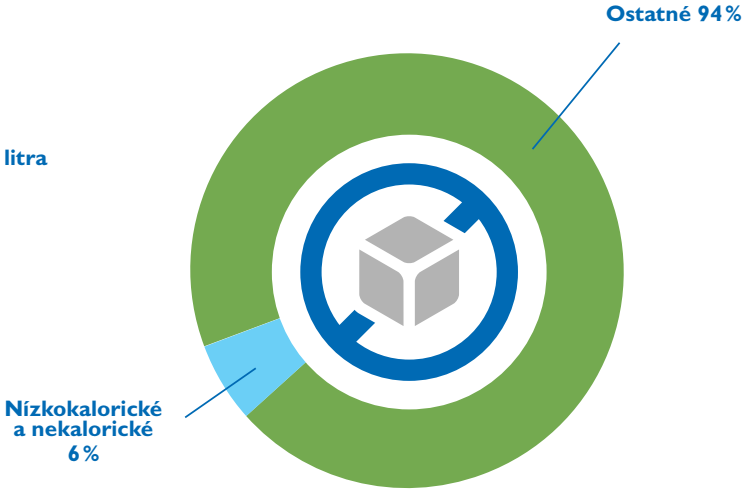
Súčasný právny rámec predstavuje minimálnu povinnosť, ktorá je pre nás základom pri plnení prísnych noriem kvality našich výrobkov. Používame iba ingrediencie, ktoré spĺňajú prísne kvalitatívne požiadavky a sú vedecky uznávané a overené ako bezpečné.

Medzi ingrediencie nachádzajúce sa v našich nápojoch patria aj cukor, kofeín, prírodné arómy a nízkokalorické či bezkalorické sladidlá. V našich perlivých nápojoch používame fruktózovo-glukózový sirup vyrábaný z kukurice (zmes 51 % fruktózy a 49 % glukózy) a tradičný cukor, ktorý obsahuje 50 % glukózy a 50 % fruktózy. Bezkalorické sladidlá, ako napr. aspartám, pomáhajú spotrebiteľom sledujúcim príjem kalórií znižovať objem kalórií a udržiavať žiaducu telesnú hmotnosť. Aspartám je jednou z najstarostlivejšie vedecky skúmaných ingrediencií a jeho bezchybnosť bola preukázaná prostredníctvom viac ako 200 štúdií uskutočnených za posledných 30 rokov. Najnovší výskum Európskeho úradu pre bezpečnosť potravín (EFSA) realizovaný v decembri 2013 potvrdil, že aspartám je úplne bezpečná ingrediencia. Pri výrobe nápoja Coca-Cola používame aj karamelové farbivo (E 150d) a kyselinu fosforečnú (E 338).

Veľkosť balenia



Podiel predaných nápojov s nízkokalorickými a nekalorickými sladidlami zo všetkých sýtených nealko nápojov



Informovaný spotrebiteľ a zodpovedný marketing

Poskytujeme maximum informácií o ingredienciách a nutričnom obsahu našich nápojov.

BEZPEČNOSŤ A KVALITA

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

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

NUTRIČNÉ ZNAČENIE NA ETIKETÁCH

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

Podľa nášho názoru si naši spotrebitelia v Európe prajú mať stručné, prehľadné, no pritom vedecky podložené informácie o našich výrobkoch – aby si mohli zodpovedne vybrať výrobky zodpovedajúce ich životnému štýlu a požiadavkám na výživu. Výskum presvedčivo dokazuje, že ľudia chcú dostávať informácie v podobe, ktorá je jednoduchá a dobre viditeľná. Tým, že sa budeme ako jedna z hlavných európskych spoločností na trhu s potravinami a nápojmi správať zásadovo, pomôžeme spotrebiteľom lepšie pochopiť informácie, ktoré im poskytujeme. Pevne veríme, že sa k nám pripoja aj ďalšie spoločnosti a spotrebiteľom budú, vo svojom najlepšom záujme, poskytovať všetky potrebné informácie.

Napríklad údaj „Odporúčané denné množstvo“, označovaný skratkou GDA (Guideline-DailyAmount) – ide o informáciu pre spotrebiteľa týkajúcu sa množstva kalórií, tukov, nasýtených tukov, cukru a sodíka. Tá je doplnená o percentuálny údaj, koľko z odporúčanej dennej dávky spotrebiteľ konzumáciou 250 ml výrobku prijme. Možno podľa nej ľahšie určiť množstvo pre zodpovedajúcu životosprávu za všeobecne prijatého predpokladu, že optimálna priemerná dávka pre zdravého človeka je okolo 2 000 kalórií denne.

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

Rovnováha
+
Rôznorodosť
+
Striedmosť
+
Aktívny životný štýl
=
Zdravý život

Nízkokalorické a bezkalorické sladidlá
=
Medzinárodne skúmané
=
Bezpečné ingrediencie

ZODPOVEDNÝ MARKETING

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

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

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

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

INGREDIENCIE V NEALKO NÁPOJOCH

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

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

Bezkalorické sladidlá, napr. aspartám, pomáhajú spotrebiteľom kontrolovať príjem kalórií a udržať si tak optimálnu telesnú hmotnosť. Aspartám je jednou z najviac vedecky skúmaných ingrediencií a jeho neškodnosť bola dokázaná vo viac ako 200 štúdiách vykonaných za posledných 30 rokov. Najnovší výskum Európskeho úradu pre bezpečnosť potravín (EFSA) uskutočnený v decembri 2013 potvrdil, že aspartám je úplne neškodná ingrediencia. Pri výrobe nápoja Coca-Cola používame aj karamelové farbivo (E150d) a kyselinu fosforečnú (E338). Karamel, ktorý dodáva nápoju špecifickú farbu, bol v roku 2011 schválený úradom EFSA ako neškodná ingrediencia.

Aktívny životný štýl a zdravie

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

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

Náš prístup k zdravému životnému štýlu

COCA-COLA ŠKOLSKÝ POHÁR

V tomto roku sa na Slovensku konal už ôsmy ročník futbalového turnaja Coca-Cola Cup. Šestnásť najlepších školských tímov (z celkového počtu 547 chlapčenských a 127 dievčenských tímov) tri dni bojovalo na ihrisku seneckého Národného tréningového centra. Celkovo takmer 10 000 mladých futbalistov a futbalistiek súťažilo o postup do ČESKO-SLOVENSKÉHO SUPERFINÁLE, kde potom bojovali s najlepšími českými tímami.

Coca-Cola Školský pohár je futbalový turnaj organizovaný na území Slovenskej republiky, určený pre žiakov a žiačky druhého stupňa základných škôl a nižších ročníkov gymnázií s osemročným vzdelávacím programom. Tímy sa stretávajú najprv v kvalifikačnom miestnom predkole, odkiaľ môžu postúpiť do prvého obvodného, druhého regionálneho až do tretieho krajského kola. Osem najlepších chlapčenských a osem najlepších dievčenských tímov nakoniec bojuje o konečné poradie na finálovom turnaji. Dlhoročným partnerom projektu je Slovenský futbalový zväz (SFZ).

Všetky zápasy sa hrajú podľa oficiálnych pravidiel futbalu FIFA, súťažného poriadku a ostatných platných predpisov SFZ. Od druhého kola zápasy rozhodujú licencovaní rozhodcovia SFZ, ktorých deleguje organizátor turnaja. Cieľom projektu organizovaného spoločnosťou Coca-Cola je umožniť mládeži aktívne tráviť voľný čas, dbať na zdravý životný štýl, ku ktorému patrí aj správny pitný režim, rozvoj pozitívnych emócií a zmysel pre fair play.

Po dramatických semifinálových a finálových zápasoch do ČESKO-SLOVENSKÉHO SUPERFINÁLE postúpili chlapčenské tímy zo ZŠ s MŠ K. Mahra Trnava a Súkromné športové gymnázium Košice a za dievčatá reprezentovali Slovensko žiačky ZŠ Vrbové a ZŠ s MŠ Hurbanova Martin.

Nakoniec v Česko-Slovenskom super finále vo Vyškove obsadili slovenskí chlapci druhé, respektíve štvrté miesto a slovenské dievčatá druhé a tretie miesto. Medzi chlapcami dominovali žiaci zo ZŠ Bavířská Liberec a v kategórii dievčat si titul pripísali hráčky zo ZŠ a MŠ Pardubice. Ceny víťazným tímom odovzdali ambasádori turnaja, česká futbalová legenda Jan Koller a slovenská futbalová hviezda Szilárd Németh.

Oba víťazné tímy odcestovali do Madridu na štvordňový zájazd vrátane tréningu v športovom centre Realu Madrid Valdebebas. Ostatné tímy odcestovali na výlet na Majstrovstvá Európy vo futbale hráčov do 21 rokov, kde ako vlajkonosiči odprevadili hviezdnych hráčov na zápasy v semifinále a vo finále,

„My“

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

STRATEGICKÉ OBLASTI S VÝZNAMNÝM DOSAHOM

A) Podpora mladých ľudí

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

B) Spolupráca s miestnymi komunitami a neziskovými organizáciami

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

C) Zákazníci

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

D) Naši zamestnanci

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

Podpora rozvoja mladých ľudí

DETSKÉ DOMOVY

V roku 2001 spoločnosť Coca-Cola HBC Slovenská republika rozbehla projekt na podporu detských domovov rodinného typu. Na základe spolupráce s nadáciou „Úsmev ako dar" si naša spoločnosť vybrala patronát nad detským domovom Harmónia v Modre. Chceme, aby si deti mohli vďaka našej podpore dovoliť to, čo si bežne môžu dovoliť ich rovesníci v škole. Inými slovami, nechceme prispievať na opravu strechy telocvične v domove, ale napríklad na využitie voľného času detí v domovoch. Detskému domovu tak pomáhame pri organizovaní akcií, prispievame na výlety detí, napr. na letné tábory, mnohé z detí prvýkrát v živote videli more. V roku 2015 sme detský domov podporili sumou takmer 10 500 €. Za obdobie celej našej spolupráce sme detský domov podporili sumou viac ako 110 000 €.

Pravidelne zabezpečujeme pitný režim na akciách tejto nadácie, či už ide o „Najmilší koncert roka", alebo najstarší vianočný benefičný koncert „Úsmev ako dar". Nadáciu „Úsmev ako dar" sme taktiež podporili sumou 4 500 €, a to prostredníctvom 2 % z daní.

Naša spoločnosť už niekoľko rokov spolupracuje aj s Nadáciou LÚČ zo Žiliny, ktorá organizuje festival Dni nádeje. Na 20. ročníku sa zúčastnilo takmer 7 000 detí. Ide o najväčší protidrogový festival na Slovensku, ktorý pomohol znížiť počet narkomanov a zlepšil informovanosť mládeže, pedagógov i rodičov o prevencii. Súčasťou festivalu sú aj športové aktivity ako plavecký maratón nádeje, beh nádeje a turistický pochod nádeje. Neodmysliteľnou súčasťou je osvetová a preventívna činnosť ako besedy s odborníkmi a zaujímavými ľuďmi a nesmieme zabudnúť na kultúrnu časť – detské akadémie s vyhodnotením jednotlivých súťaží, či už výtvarných, literárnych, alebo športových.

PREHLIADKA VÝROBNÉHO ZÁVODU V LÚKE

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

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

Za prvých desať mesiacov roku 2015 náš závod navštívilo 83 škôl z celého Slovenska a našimi bránami prešlo takmer 2 400 žiakov.

Spolupráca s miestnymi komunitami a neziskovými organizáciami

Spolupracujeme s mnohými neziskovými organizáciami z celej Slovenskej republiky. Patrí k nim napr. Nadácia Adeli, ktorá pomáha ľuďom s telesným postihnutím, a to predovšetkým deťom a dospelým s neurologickými poruchami pohybu a ich rodinám, nezisková organizácia Združenia sclerosis multiplex Nádej, Nadácia na výskum rakoviny, občianske združenie Parasport24, ktoré podporuje hendikepovaných ľudí a mnohé ďalšie. Prostredníctvom 2 % z daní, sme za rok 2015 prerozdelili sumu 27 000 €.

SPOLUPRÁCA S MIESTNYMI SAMOSPRÁVAMI

Coca-Cola HBC Slovenská republika úzko spolupracuje s miestnymi samosprávami, či už v mieste sídla spoločnosti v Bratislave, alebo v mieste, kde sa nachádza náš výrobný závod v obci Lúka. V mieste sídla spoločnosti spolupracujeme so samosprávou mestskej časti Bratislava-Vajnory, napr. minulý rok sme podporili už 11. ročník kultúrno-spoločenského podujatia „Dožinky 2015“. Vajnorské dožinky patria k vyhľadávaným akciám a majú už svoje pravidelné miesto v kalendári podujatí nielen Bratislavy, ale celého regiónu. Cieľom podujatia je okrem ľudovej zábavy predovšetkým prezentácia vajnorských ľudových zvykov, krojov, piesní, tancov, tradičných jedál a remesiel. Ďalej môžeme spomenúť napr. letné slávnosti obce Beckov, Medzinárodný deň detí v Lúke, Modrovke, Hrádku, Hôrke atď.

VIANOČNÝ KAMIÓN

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

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

Vianočná trasa na Slovensku odštartovala 7. 12. v Michalovciach a potom bolo možné kamión stretnúť v ďalších mestách – Svidníku, Lipanoch, Svite, Kysuckom Novom Meste, Piešťanoch, Turčianskych Tepliciach, Žiari nad Hronom, Detve, Veľkom Krtíši, Nových Zámkoch, Šali – a 20. 12. sme túto výnimočnú udalosť ukončili v Stupave.

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

Zákazníci

PRÁCA OBCHODNÉHO ZÁSTUPCU

Snaha nájsť optimálny spôsob zákazníckeho servisu sa odráža aj v spôsobe komunikácie so zákazníkom. O každého zákazníka sa stará konkrétny kvalifikovaný obchodný zástupca, ktorý ho navštevuje v pravidelných intervaloch, nie dlhších ako jeden mesiac. Pri svojich pravidelných návštevách plní obchodný zástupca spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika najmä úlohu odborného poradcu, ktorý je schopný poradiť, aký sortiment a v akom balení je pre danú prevádzku z hľadiska zákazníka i spotrebiteľa optimálny, navrhne a dodá vhodné materiály na podporu predaja, zaistí vhodné predajné zariadenie a zákazníka zoznámi s tým, ako najlepšie usporiadať v zariadení náš tovar s ohľadom na jeho predajnosť, navrhne a zaistí optimálnu objednávku, vybaví všetku potrebnú administratívu na zaistenie dodávok, skontroluje dátum spotreby produktov v prevádzke, funkčnosť a čistotu predajného zariadenia a ďalších materiálov na podporu predaja, vybaví prípadné reklamácie, zákazníka oboznámi s novinkami, špeciálnymi ponukami s promočnými akciami pre zákazníkov a spotrebiteľov.

STREDISKO SLUŽIEB ZÁKAZNÍKOV

Pracovníci telefonického centra služieb spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika prijímajú od zákazníkov objednávky, informujú ich o novinkách, prijímajú a odovzdávajú servisnému oddeleniu hlásenia o poruchách našich zariadení, pýtajú sa zákazníkov na ich spokojnosť s poskytovaným servisom a tieto informácie okamžite vyhodnocujú. Telefonické centrum služieb zaisťuje aj Infolinku, ktorej číslo je na etiketách všetkých našich produktov a na ktorej môžu volajúci dostať informácie o produktoch, ich zložení, o spotrebiteľských súťažiach a o čomkoľvek ďalšom, čo ich zaujíma a čo má súvislosť so spoločnosťou Coca-Cola HBC Slovenská republika.

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

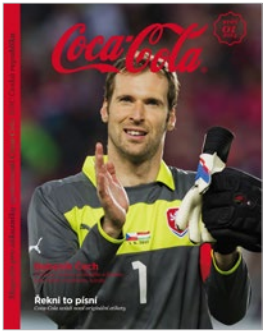
Obsluhuje celú SR aj ČR, teda viac ako 70 000 zákazníkov, prijme viac ako 350 000 telefonátov a za rok uskutoční viac ako 1 000 000 hovorov.

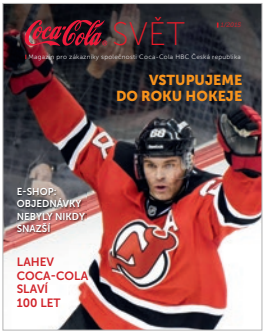
ČASOPIS PRE ZÁKAZNÍKOV

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

E-SHOP

Coca-Cola HBC Slovenská republika ponúka svojim zákazníkom ako prvá na trhu nealkoholických nápojov možnosť objednávať si tovar cez internet. E-shop je tak praktickým pomocníkom najmä pre hotely, reštaurácie, kaviarne, čerpacie stanice, trafiky a malé obchody s potravinami. Tento on-line objednávkový systém funguje 24 hodín sedem dní v týždni. Zákazníci si môžu vyberať z celého sortimentu nápojov spoločnosti Coca-Cola HBC. Zároveň majú prehľad aj o realizovaných i nových objednávkach, zaplatených i neuhradených faktúrach, dátumoch ich splatnosti a prebiehajúcich akciových ponukách.





Naši zamestnanci

Naši ľudia vytvárajú našu hodnotu. Tým, že rozvíjajú náš biznis zodpovedne a s dlhodobou perspektívou. Naše podnikanie má mnoho silných stránok vrátane širokého portfólia produktov alebo geografického pokrytia, no sú to naši talentovaní ľudia, ktorí uvádzajú do pohybu vytváranie našich hodnôt. Snažíme sa zariadiť, aby pracovali na mieste, ktoré ich inšpiruje a pomáha im dosahovať tie najlepšie pracovné výkony. Vieme, že zaujatí a motivovaní zamestnanci, ktorí využívajú svoj potenciál, majú možnosť dosiahnuť svoje pracovné ciele. Takí ľudia sú zásadným článkom dlhodobého úspechu našej spoločnosti. Veľmi sa tiež snažíme, aby každý zo zamestnancov chápal svoju rolu v našej spoločnosti a to, že jeho práca priamo prispieva k úspechu Coca-Cola HBC.

Náš široký geografický rozsah znamená, že náš biznis slúži veľkému spektru rôznych komunít. Podpora diverzity a začleňovania do našej práce vedie každý rok znova k uisteniu, že sme strategickým partnerom pre všetkých našich zákazníkov. Diverzita a začleňovanie nám v našej práci pomáhajú tiež stimulovať rôzne cesty premýšľania a prinášajú inovácie. To priťahuje ďalšie príležitosti. Aby vzrástlo porozumenie a angažovanosť, podporujeme výmeny talentov medzi kultúrami a krajinami. V našej spoločnosti podporujeme princíp rovnakých príležitostí. Výber sa robí bez ohľadu na rasu, farbu pleti, náboženské vyznanie, pohlavie, sexuálnu orientáciu, štátnu príslušnosť, národnosť, telesné postihnutie či invaliditu. Tam, kde to charakter práce umožňuje, ponúkame našim zamestnancom prácu na skrátené pracovné úväzky, prácu z domova či flexibilný pracovný čas. Na väčšinu voľných pozícií sa vypisujú interné výberové konania a každý zamestnanec má možnosť sa do nich prihlásiť.

RIADIME SA TÝMITO ZÁSADNÝMI PRINCÍPMI A PRAVIDLAMI:

- vytvárame silný vzťah so zamestnancami vďaka otvorenej komunikácii
- správame sa k zamestnancom čestne, s úctou a rešpektom
- odmietame akúkoľvek formu diskriminácie, či už vo vzťahu k pohlaviu, pôvodu, náboženskému alebo politickému presvedčeniu, veku alebo sexuálnej orientácii
- podporujeme sa vzájomne k čo najlepšiemu výkonu
- odmeňujeme zamestnancov na základe ich pracovného výkonu
- ponúkame zamestnancom príležitosť na osobný a profesijný rozvoj

UČÍME SA A ROZVÍJAME PROSTREDNÍCTVOM

SKÚSENOSTÍ 70 %

ĽUDÍ 20 %

- Koučing
- Mentoring
- 360˚ spätná väzba

KURZOV 10 %

- Leadership a mäkké schopnosti
- PC kurzy
- Finančná akadémia
- Leading with Presence

VZDELÁVANIE

Veríme, že rozvoj a vzdelávanie sú dôležité pre každého zamestnanca, pretože pomáhajú zvyšovať motiváciu, a tým zlepšovať výkon. Naším cieľom je uplatňovať v rámci rozvoja pravidlo 70 – 20 – 10.

Každý zamestnanec má možnosť rozvíjať svoje schopnosti a znalosti prostredníctvom skúseností získavaných každodennou prácou, a to vďaka plneniu zaujímavých a náročných úloh alebo účasťou na projektoch s jasne definovaným rozvojovým cieľom. Intenzívne podporujeme koučovaciu kultúru, a preto zamestnanci majú možnosť využiť pre svoj rozvoj interného kouča. Cieľom koučingu je zlepšovanie pracovného výkonu. Koučovacie stretnutia sa zameriavajú na budovanie sebadôvery, prijímanie zodpovednosti za zverené úlohy, posilňovanie vlastnej motivácie alebo zlepšovanie schopností (napríklad riadenie času, komunikácia, budovanie medziľudských vzťahov a rozvoj tímov).

Zamestnanci sa v tejto oblasti rozvíjajú aj pomocou mentoringu alebo prijímaním a poskytovaním rozvojovej spätnej väzby. Rozvoj pomocou tréningov našim zamestnancom umožňuje zamerať sa na posilnenie leadershipu a zlepšenie „mäkkých“ schopností (ponúkame napr. tréningy Passion to Lead pre začínajúcich lídrov, LEAP program pre skúsených manažérov a lídrov, cyklus prezentačných schopností, komunikáciu v zložitých situáciách a ďalšie) alebo posilniť ďalšie znalosti (napríklad prácu na PC alebo technickú odbornosť). Naši zamestnanci majú k dispozícii e-learningové riešenia v rámci tréningovej aplikácie, ktorá im umožňuje absolvovať povinné, pravidelne sa opakujúce tréningy (napríklad školenia BOZP) samoštúdiom na pracovisku. Každý nový zamestnanec prechádza vstupným školením, prostredníctvom ktorého sa dozvie všetky dôležité informácie o fungovaní spoločnosti a jednotlivých oddelení.

ORIENTAČNÝ PROGRAM PRE NOVÝCH ZAMESTNANCOV

V roku 2015 sme začali pracovať na projekte, ktorý sa zameriaval na aktualizáciu onboarding procesu. Pod tento proces spadá nielen program prvého nástupného dňa (welcome-day), no tiež plány zaškolenia, buddy program, tréning pre nových manažérov a podpora novým manažérom v adaptácii a komunikácii s ich tímom, intranetové stránky a v neposlednom rade celý rad aktivít zameraných na obchodné oddelenie. Cieľom je pripraviť nováčikom také prostredie, aby sa s nami cítili dobre, mali dostatok informácií, dostali správne zaškolenie na svoju pozíciu a najmä, aby boli motivovanými a hrdými zamestnancami Coca-Cola HBC.

ODMEŇOVANIE NAŠICH ZAMESTNANCOV

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

Okrem štandardných benefitov, napríklad príspevku na stravovanie, príspevku zo sociálneho fondu, príspevku na dôchodkové pripoistenie, fasovania nápojov, nákupu predmetov s logom Coca-Cola, výhodného telefonovania v rámci programu BenefitCall, majú naši zamestnanci možnosť zapojiť sa do programu nákupu zamestnaneckých akcií a priamo sa tak podieľať na výsledkoch celej spoločnosti.

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

INTERNÁ KOMUNIKÁCIA

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

Hlavnými komunikačnými nástrojmi sú:

- **ZAMESTNANECKÝ ČASOPIS KOMPAS,** ktorý vychádza štyrikrát ročne a v ktorom sa možno dočítať o novinkách vo firme, zaujímavých projektoch či ľuďoch, úspechoch obchodných zástupcov na trhu atď. Magazín vzniká predovšetkým vďaka desiatkam prispievateľov z radov zamestnancov, ktorí sami píšu články o aktuálnych udalostiach vo svojich oddeleniach;

- **INTRANET**, ktorý funguje ako informačný ukazovateľ smeru. Zamestnanci tu nájdu odkaz do tréningovej aplikácie či na obchodné reporty, ďalej telefónne zoznamy, zhrnutie dôležitých aktuálnych správ, všetky oznámenia o personálnych zmenách a interných konkurzoch na voľné pracovné pozície, multimediálnu knižnicu a mnoho ďalších užitočných informácií;
- **NÁSTENKY**, na ktorých si aj zamestnanci bez prístupu k počítačom môžu prečítať interné oznámenia či konkurzy alebo pozvánky na rôzne firemné akcie.
- **INFORMAČNÝ KIOSK** umiestnený v Lúke, v ktorom si zamestnanci bez pracovného počítača môžu objednávať nápoje v rámci firemného prídelu alebo tu majú prístup na intranet či internet.
- **TELEVÍZIE** rozmiestnené po areáli v Prahe-Kyjoch a v Bratislave, ktoré informujú o novinkách či projektoch prebiehajúcich nielen v Českej a Slovenskej republike, ale aj v iných krajinách našej operačnej jednotky

RADA ZAMESTNANCOV

Zamestnanecká rada v spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika v rámci svojich kompetencií slúži ako komunikačný kanál medzi zamestnávateľom a zamestnancami. Zamestnanecká rada má zo zákona právo na spolurozhodovanie, prerokovanie, informácie a kontrolnú činnosť. Členovia zamestnaneckej rady sú zvolení zamestnancami na štvorročné volebné obdobie a sú v nej zastúpené všetky oddelenia spoločnosti. Zamestnanecká rada umožňuje všetkým zamestnancom prostredníctvom svojich zástupcov prinášať návrhy, podnety a odporúčania. Členovia zamestnaneckej rady vystupujú a hlasujú za všetkých zamestnancov. Zasadania zamestnaneckej rady sa konajú pravidelne každý mesiac, sú verejné a môže sa na nich ktokoľvek zúčastniť. V roku 2015 sa konali plánované voľby po uplynutí štvorročného volebného obdobia a po splnení všetkých krokov bola v septembri ustanovená nová zamestnanecká rada. Od roku 2005 má zamestnanecká rada svojich zástupcov tiež v Európskej zamestnaneckej rade spoločnosti Coca-Cola Hellenic. V roku 2015 hostila každoročné zasadanie Európskej zamestnaneckej rady Česká republika. Zamestnanecká rada každý rok organizuje alebo sa spolupodieľa na organizovaní rôznych akcií pre našich zamestnancov a ich rodiny – ako príklad môžeme uviesť pravidelne športový deň, turistický výstup na Tematín. V roku 2015 zamestnanecká rada taktiež vyplatila zamestnancom zo sociálneho fondu na regeneráciu pracovnej sily a zdravý životný štýl celkovo 20 780 eur, zamestnanci majú možnosť voľby prostriedkov podľa vlastných predstáv.

PRAVIDELNÉ PRIESKUMY SPOKOJNOSTI ZAMESTNANCOV

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

BEZPEČNOSŤ A OCHRANA ZDRAVIA PRI PRÁCI

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

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

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

V závislosti od zistených slabín sa potom pridelí skupina modulov s cieľom zlepšiť vodičove zručnosti v konkrétnych oblastiach. Skupina Coca-Cola Hellenic kladie veľký dôraz na zaistenie bezpečnosti svojich zamestnancov

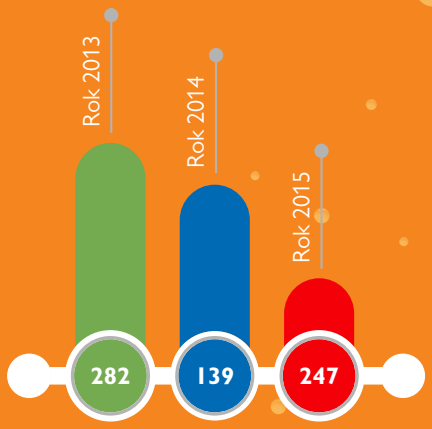
Bezpečnosť práce v roku 2015

1	počet úrazov s prac. nesch. viac ako 3 dni
247	počet nahlásených skoronehôd
167	počet odstránených skoronehôd
206	počet WTT (Walk The Talk)
63	počet Toolbox Talks

a osobitnú pozornosť pritom venuje riadeniu motorových vozidiel, preto sa rozhodla tento program uviesť ako povinný pre všetkých zamestnancov, ktorí sú aktívnymi účastníkmi cestnej premávky.

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

V rámci systému riešenia skoronehôd majú zamestnanci možnosť nahlasovať nedostatky na pracovisku, ktoré by mohli spôsobiť zranenie. Tieto nedostatky sa zapíšu do databázy a priebežne odstraňujú. Každý mesiac je vyhlásený a odmenený zamestnanec, ktorý zadal najlepší návrh na zlepšenie bezpečnosti práce alebo odstránenie rizika.



Registrované škody a nehody osobných automobilov

V priebehu celého roku 2015...

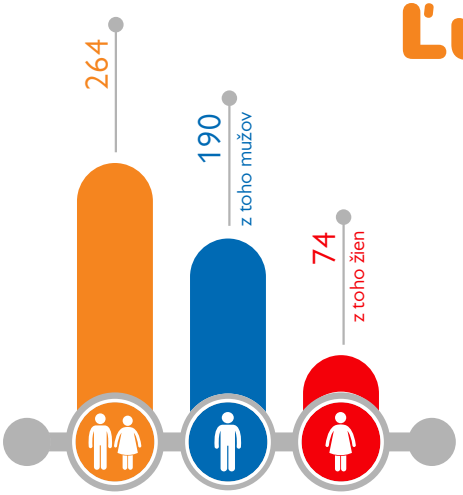
- sme obhájili certifikáciu OHSAS* 18001 v zmysle požiadaviek OHSAS normy 18001:2007+
- rozšírili systém Toolbox Talks na obchodné oddelenie; kde im boli v rámci rozhovorov o možných rizikách a nebezpečenstvách prezentované rôzne témy z oblasti bezpečného správania sa pri vedení firemného motorového vozidla,
- usporiadali sme informačnú kampaň pre zamestnancov na tému Prvá pomoc zachraňuje ľudské životy
- sme na zvýšenie protipožiarnej ochrany výrobného závodu a ochranu zdravia zamestnancov v Lúke dokončili inštaláciu stabilného hasiaceho zariadenia SHZ na vonkajšej stene od centrálneho distribučného skladu až po výrobnú časť a zabezpečili plnú funkčnosť tohto zariadenia;
- pre bezpečnú manipuláciu s chemickými látkami sme nakúpili originálne záchytné vane, zabezpečili testovanie nových rukavíc s chemickou odolnosťou;

V rámci programu ochrany zdravia…

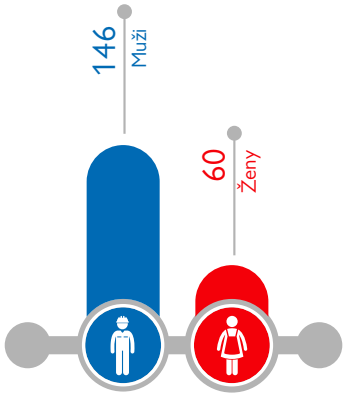
- na základe výberového konania sme uzatvorili kontrakt s novou pracovnou zdravotnou službou Hedak, a.s.;
- sme pre zamestnancov pripravili 2× Deň zdravia zameraný na prevenciu srdcovocievnych ochorení a kožných ochorení;
- sme pripravili bezplatné školenie o prvej pomoci pre zamestnancov, ktorí majú za úlohu poskytnúť prvú pomoc v prípade mimoriadnej situácie

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

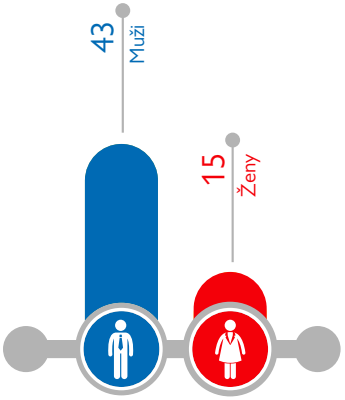
Ľudia v číslach



POČET ZAMESTNANCOV

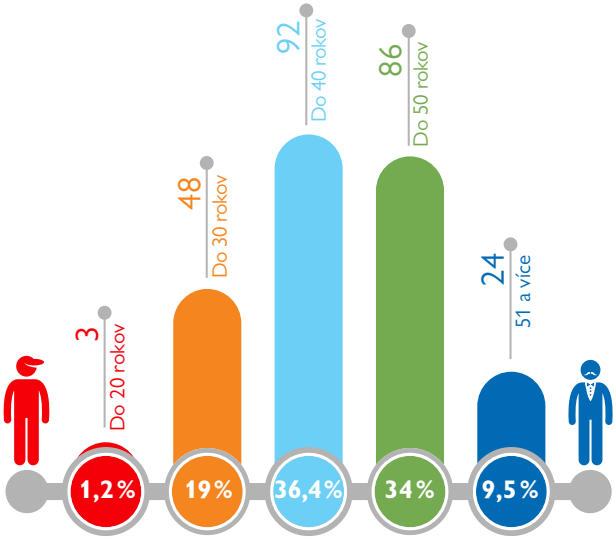


PRACOVNÍCI A ŠPECIALISTI

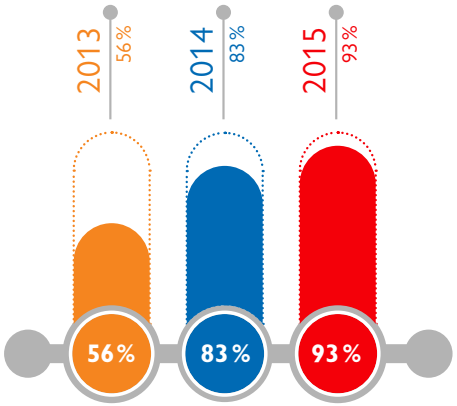


VEDÚCI PRACOVNÍCI

(s líniovými manažérmi)



VEKOVÁ ŠTRUKTÚRA

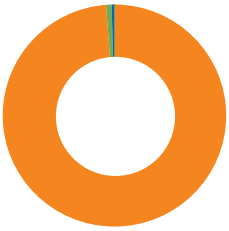


KĽÚČOVÍ ĽUDIA NA KĽÚČOVÝCH POZÍCIÁCH

ABSENCIE (DNI)

ŽENY V MANAŽMENTE

(iba manažéri)



slovenská 261	98,8 %
česká 2	0,8 %
maďarská 1	0,4 %

PODIEL ZAMESTNANCOV NA SLOVENSKU PODĽA NÁRODNOSTI

„Svet“

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

STRATEGICKÉ OBLASTI S VÝZNAMNÝM DOSAHOM:

A) Voda

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

B) Energia a klíma

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

C) Obaly a recyklácia

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

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

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

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

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

Voda

Voda je základnou zložkou našich produktov a záleží nám na jej efektívnom využívaní. Darí sa nám neustále znižovať množstvo vody použitej pri výrobe jedného litra nápoja a naším cieľom v dlhodobej perspektíve je toto množstvo ešte ďalej znižovať.

Od roku 2008 do roku 2015 klesol pomer spotreby vody na 1 liter vyrobeného nápoja o viac ako 40 % vďaka zavedeniu nových technologických postupov, umožňujúcich recykláciu vody. Napr. vodu použitú na oplachy dopravníkov znova používame napríklad na umývanie prepraviek vrátených z trhu, poslednú výplachovú vodu z regenerácie pieskových filtrov vo vodárni zhromažďujeme na prvý preplach pri ďalšej regenerácii a pod.

A aj naďalej testujeme nové technológie úspory vody, ktoré výrazne ovplyvňujú jej spotrebu a majú vyššiu účinnosť oproti štandardným metódam. Tieto používame v našom výrobnom závode v Lúke:

- na dopravníkoch niektorých výrobných liniek používame suché mazanie, nie je teda nutné používať vodu,
- použitú vodu recyklujeme, t. j. používame na ďalšiu operáciu, napr. sanitačný účel,
- karbónové a polish filtre sme oddelili z dôvodu optimalizácie regeneračných procesov najmä s ohľadom na úsporu spotreby vody,
- na jednom zo vstupných pieskových filtrov sme vymenili filtračnú náplň, namiesto piesku používame sklenené guľôčky, ktoré vďaka svojim fyzikálnym vlastnostiam predlžujú filtračný čas a tým šetria vodu a energiu potrebnú pre regeneráciu filtrov.

Spotreba vody na liter vyrobeného nápoja

2008 – 2,89
2009 – 2,66
2010 – 1,97
2011 – 2,00
2012 – 2,01
2013 – 1,93
2014 – 1,90
2015 – 1,79

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

MEDZINÁRODNÝ DEŇ DUNAJA

Danubius, Donau, Duna, Dunav, Duňarea, Danube... alebo jednoducho Dunaj. Druhá najväčšia európska rieka (2 857 km). Jej povodie spája trinásť európskych krajín a viac ako 80 miliónov ľudí. Na Slovensku má Dunaj dĺžku celých 172 kilometrov.

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

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

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

Dňa 20. 6. 2015 pri príležitosti Medzinárodného dňa Dunaja pripravilo Ministerstvo životného prostredia SR v spolupráci so spoločnosťou Coca-Cola HBC Slovenská republika a so svojimi rezortnými organizáciami Vodohospodárskou výstavbou a Slovenským vodohospodárskym podnikom v areáli vodného diela Gabčíkovo oslavy Medzinárodného dňa Dunaja. Toto miesto nebolo zvolené náhodou, ale preto, že ide o významné vodné dielo ležiace na Dunaji a spĺňa viacero dôležitých funkcií. Na oslavy zavítalo takmer 4 500 ľudí.

Pre milovníkov prírody bola k dispozícii interaktívna výstava sladkovodných rýb a infostánok Bratislavského regionálneho ochranárskeho združenia (BROZ) zameraný na ochranu vnútrozemskej delty Dunaja. Na podujatí sa premietali filmy s environmentálnou tematikou. Nechýbali ani ukážky práce dobrovoľného hasičského zboru, výcviku psa terapeuta a rady lekára, ako žiť kvalitnejšie a zdravšie. Súčasťou programu boli hudobné vystúpenia základných umeleckých škôl a ďalšie umelecké vystúpenia. Návštevníci si mohli prezrieť samotnú vodnú elektráreň alebo sa poplaviť na lodiach cez plavebnú komoru alebo tí šťastnejší si mohli zalietať vrtuľníkom ponad Dunaj. Súčasťou každoročných osláv Dňa Dunaja bola už desiaty rok umelecká súťaž pre deti zo všetkých podunajských krajín – Dunajský majster umenia. Od vzniku súťaže v roku 2004 vytvorili deti takmer 15 000 prírodných umeleckých diel. Súťaž vyhlasuje Globálne vodné partnerstvo pre strednú a východnú Európu (GWP CEE) a Medzinárodná komisia na ochranu rieky Dunaj (ICPDR). Na záver dňa vystúpili obľúbení slovenskí speváci Kristína a MajkSpirit.

Víťazi za odmenu spoznali faunu a flóru zblízka pri vnútorných ramenách rieky a veľa sa dozvedeli o ochrane prírody v povodí Dunaja. Naša spoločnosť patrí k dlhoročným podporovateľom tejto súťaže a víťazom každý rok venuje plavbu po vybratých úsekoch a ramenách Dunaja.

Energia a klíma

Rovnako ako je naším cieľom znižovať množstvo použitej vody, usilujeme sa aj o znižovanie objemu použitej energie. Sústavne pracujeme na projektoch podporujúcich úspory energií investíciami do nových šetrnejších technológií:

Od roku 2008 do roku 2015 klesla spotreba energie na 1 liter vyrobeného nápoja o viac ako 60 % vďaka zavedeniu nových technologických postupov, napríklad;

- vo výrobných halách sme inštalovali osvetlenie s automatickou reguláciou intenzity svetla,
- inštalovali sme suché teplotné výmenníky určené pre prevádzku plniacich liniek,
- vymenili sme staré typy pohonu dopravníkov (asynchrónne) za moderné (synchrónne), ktoré znižujú energetickú náročnosť o 20 – 40 % oproti pôvodnému riešeniu,
- používame on-line monitorovací systém spotreby energií,
- na všetkých lokáciách sme inštalovali úsporné žiarovky,
- pravidelne školíme našich zamestnancov a zdôrazňujeme význam ich osobného prístupu k prípadným úsporám energií.

Spotreba energie v MJ na liter vyrobeného nápoja

+

2008 – 0,48
2009 – 0,44
2010 – 0,37
2011 – 0,33
2012 – 0,31
2013 – 0,31
2014 – 0,32
2015 – 0,29

–

Vozový park

Všetky priame dodávky firmy Coca-Cola HBC Slovenská republika sa realizujú cestnou dopravou. Pre administratívne a komerčné potreby, ako aj pre samotné dodávky výrobkov používame vozidlá partnerských firiem, s ktorými spolupracujeme. V roku 2015 používala firma 126 automobilov značky Škoda na administratívne a obchodné účely. Celkovo sme minulý rok spotrebovali 253 558 litrov paliva (pre autá do 12,5 t).

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

2012 – 6 500 000 km
2013 – 5 624 282 km
2014 – 4 833 067 km
2015 – 4 471 866 km

Ročne za našimi zákazníkmi najazdíme celkovo **4 471 866 km**. Takú veľkú vzdialenosť je ťažké si predstaviť. Pomôžeme vám:

Je to ako
112×
prejsť rovník

Alebo viac než
2 675×
obísť hranice Slovenskej republiky

Spotrebované palivo
(autá do 12,5 t)

2012 – 440 000 litrov paliva
2013 – 362 531 litrov paliva
2014 – 268 517 litrov paliva
2015 – 253 558 litrov paliva

Priemerná spotreba paliva
(autá do 12,5 t)

2012 – 6,30 l/100 km
2013 – 6,10 l/100 km
2014 – 5,69 l/100 km
2015 – 5,67 l/100 km

Politika riadenia vozového parku firmy Coca-Cola HBC Slovenská republika je založená na používaní áut s optimálnou kapacitou, ktoré plnia aktuálnu emisnú normu EURO 5. Zhruba 100 % našich vozidiel jazdí na naftu, pretože naftové motory sa vyznačujú nízkou spotrebou paliva.

V roku 2015 bol do 97 služobných vozidiel (zo 125 osobných vozidiel) spoločnosti Coca-Cola HBC Slovenská republika nainštalovaný progresívny systém Mobileye, ktorý pomáha udržať bezpečný štýl riadenia a signalizuje náhly výskyt chodcov a cyklistov na vozovke. Výsledkom zavedenia tohto systému je nižší počet nehôd i objem škôd na vozovom parku.

ZARIADENIA PRE CHLADENÉ NÁPOJE

V roku 2015 mali zákazníci na trhu v CZ 55 000 a SK 19 500 kusov chladiacich zariadení.

Aj v tomto roku boli podniknuté ďalšie kroky k podstatnému zníženiu priamych emisií skleníkových plynov a komplexné zmenšenie uhlíkovej stopy v rámci všetkých procesov.

Pre rok 2015 bol predstavený tzv. „ICOOL concept“, kde je pre technické požiadavky všetkých novonakupovaných chladiacich zariadení stanovené okrem iného:

- chladenie bez HFC vrátane prechodu na použitie penovej izolácie bez HFC (HFC free)
- použitie prírodného chladiaceho média na nahradenie a ukončenie používania HFC vo všetkých nových chladiacich zariadeniach
- zníženie hlučnosti (Reduced noise)
- nižšia spotreba elektrickej energie (Reduced energy)
- LED osvetlenie (LED lighting)
- najlepší v triede spotreby energie (Best in class energy consuption)

Všetky novonakupované chladiace zariadenia sú od roku 2015 striktne HFC free. Chladiacim médiom je teraz CO_2, ktoré sa radí medzi prírodné chladivá, pretože sa vyskytuje voľne v prírode, je súčasne prirodzenou zložkou biosféry zeme a relatívne neškodný. Oxid uhličitý nepoškodzuje ozónovú vrstvu a má nízky skleníkový efekt. Prípadné emisie CO_2 použitého v chladiacom okruhu do atmosféry sa považujú za vyrovnanú bilanciu, pretože bolo predtým CO_2 odobrané ako odpad z iných výrobných procesov.

Obaly a recyklácia

NAKLADANIE S ODPADOM

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

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

Naša spoločnosť v súlade so spoločensky zodpovedným prístupom dbá na ochranu životného prostredia, preto všetky obaly, v ktorých prinášame na trh svoje výrobky, zhodnocujeme a opätovne využívame. Nápoje plníme do rôznych obalov podľa preferencií našich spotrebiteľov – od sklenených fliaš a hliníkových plechoviek až po kombinované či plastové obaly. Odpad z obalov tvorí až 70 % komunálneho odpadu a jeho triedením a následnou recykláciou sa podieľame na budovaní čistejšieho Slovenska. Naším cieľom je dodržať podmienky európskej smernice 94/62 EC o obaloch a obalových odpadoch, ktorá členským štátom EÚ ukladá plniť ciele recyklácie a zhodnocovať použité obaly. Povinnosti v tejto oblasti si plníme v spolupráci s organizáciou ENVI-PAK, na vzniku ktorej sme sa od svojho založenia podieľali.

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

2008 – 82,43
2009 – 83,55
2010 – 86,20
2011 – 87,30
2012 – 88,60
2013 – 89,91
2014 – 94,01
2015 – 94,7

ORGANIZÁCIA ENVI-PAK

Historicky prvá organizácia svojho typu na Slovensku ENVI-PAK, ktorá sa v súčasnosti podieľa na financovaní zberu a triedenia obalov vo viac ako 1 600 obciach. Rok 2015 bol už dvanástym rokom existencie ENVI-PAKU. ENVI-PAK má odborné znalosti a bohaté skúsenosti, vďaka čomu môže svojim klientom a partnerom poskytovať okrem kvalifikovaného a komplexného odborného servisu aj množstvo produktov a služieb nad rámec zákonom stanovených povinností.

ENVI-PAK vznikla pre podnikateľov, ktorí svoje výrobky plnia alebo balia do obalov alebo dovážajú balené výrobky na Slovensko. ENVI-PAK zabezpečuje zber, zhodnocovanie a recykláciu týchto obalov. Poskytuje priamu finančnú podporu mestám a obciam, ktoré triedia obaly bez ohľadu na ich množstvo. Okrem toho poskytuje mestám a obciam aj poradenstvo a legislatívny servis v oblasti zberu a triedenia obalov. Pomáha mestám a obciam získať finančnú podporu z európskych fondov. Svojim klientom a partnerom poskytuje odborné medzinárodné know-how. Získané finančné prostriedky nekumuluje, ale spätne investuje do ďalšieho rozvoja triedeného zberu. Vzdeláva a podporuje osvetu obyvateľov s dôrazom na deti a mládež v oblasti zberu a zhodnocovania obalov a v environmentálnych aktivitách.

Do systému zberu, triedenia a zhodnocovania obalov je prostredníctvom ENVI-PAK zapojených viac ako 1 200 organizácií, ktoré ročne uvedú na trh zhruba 200 000 ton obalov. ENVI-PAK systém podporuje viac ako 1 600 miest a obcí (kde žije viac ako 3 mil. obyvateľov), čo predstavuje 57 % všetkých miest a obcí v SR.

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

Na základe údajov a následných výpočtov získaných prostredníctvom zberu, prepravy vytriedeného odpadu, následného dotriedenia, zhodnotenia a recyklácie, ktoré zabezpečila organizácia ENVI-PAK, naša spoločnosť prispela k úspore emisií skleníkových plynov v množstve 923 ton CO_2.

ENVI-PAK organizuje a podporuje mnohé vzdelávacie a environmentálne projekty v oblasti zberu, triedenia a recyklácie odpadov. Od roku 2011 sa aj našou zásluhou triedi odpad v oboch budovách Ekonomickej univerzity v Bratislave, kde sme doteraz uskutočnili viacero prednášok na tému „Triedenie odpadu má zmysel". Za 12 rokov sme navštívili a podporili stovky škôl, detských a študentských domovov v mestách (napr. Bratislava, Prievidza, Skalica, Partizánske, Malacky, Dubnica nad Váhom, Handlová, Nováky) i obciach (napr. Selce, Budča, Kunov, Trnava Hora, Torysa, Brezovica). Pravidelne sa zúčastňuje a organizuje podujatia pri príležitosti významných dní ako Deň Zeme, Svetový deň vody, Hodina Zeme, Svetový deň životného prostredia, Medzinárodný deň lesov a pod. Na vzdelávacích a osvetových podujatiach ENVI-PAK sa ročne zúčastní približne 50-tisíc detí, mládeže a dospelých.

Jedným z významných podujatí, kde sa prezentuje značka a činnosť ENVI-PAK-u, je multikultúrny festival Bažant Pohoda, ktorý každý rok navštívi okolo 30-tisíc najmä mladých ľudí. Festival Bažant Pohoda sa okrem iných priorít pýši aj tým, že je najčistejším hudobným festivalom, a to nielen na Slovensku. Veríme, že aj vďaka spoločnosti ENVI-PAK, ktorá je partnerom festivalu už deväť rokov, sa pre každý ročník snaží pripraviť vlastný zaujímavý program, aby pritiahla návštevníkov festivalu a poučila ich, prečo a ako triediť odpad.

Oprávnená organizácia ENVI-PAK podporila festivalový program aktivitami tematicky zameranými na životné prostredie, význam zberu, triedenia a recyklácie odpadu a čistotu festivalu, ku ktorým patrili ekostena prianí s farebnou mozaikou z plastových fliaš, workshop s výrobou zaujímavých vecí s využitím nápojových plechoviek, plastov či iného odpadu z obalov, plechovková hojdačka, vážka z plechoviek či „Canstarter súťaž" s fotením sa na „plechovkovej" hojdačke a hrou o zaujímavé ceny.

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

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

Certifikát
za rok 2015

Účasťou v systéme zberu, zhodnocovania a recyklácie odpadov z obalov oprávnenej organizácie ENVI-PAK spoločnosť

Coca-Cola HBC Slovenská republika, s.r.o.

prispela k úspore emisií skleníkových plynov v množstve:

923 987,56 kg CO2

v Bratislave
29. 2. 2016

ENVI-PAK

Mgr. Hana Nováková MBA

ŠTANDARDY, CERTIFIKÁTY A PRAVIDLÁ

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

Súčasťou systému riadenia sú požiadavky GFSI (Global Food Safety Initiative) a systému HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points). Všetky nápoje vyrábané firmou Coca-Cola HBC Slovenská republika spĺňajú slovenským štátom stanovené normy pre kvalitu a bezpečnosť potravín, rovnako ako celosvetové štandardy spoločnosti The Coca-Cola Company.

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

ZAVÁDZAME SMERNICE A PRAVIDLÁ PRE KONKRÉTNE SITUÁCIE:

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

Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko

Chcete u nás pracovať?

Voľné pozície nájdete na: www.Coca-Colakariera.sk

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