

ДОКЛАД ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА СИСТЕМАТА НА КОКА-КОЛА В БЪЛГАРИЯ ЗА 2020-2021



ОБРЪЩЕНИЕ НА ИЗПЪЛНИТЕЛНИЯ ДИРЕКТОР	3
АСПЕКТУ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ И НА СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКОТО ВЪЗДЕЙСТВИЕ	5
Социо-икономически резултати и въздействие на Системата на Кока-Кола в България през 2021	5
Акценти	7
Стратегическа рамка на управление	8
Оценки и награди	10
КОРПОРАТИВНО УПРАВЛЕНИЕ	11
Корпоративно управление, бизнес етика и антикорупция	12
Човешки права и разнообразие	14
Устойчиво снабдяване	15
Управление на рисковете	16
НАШИЯТ ЕКИП	17
Ангажираност и благосъстояние на служителите	18
Програми за развитие	19
ОКОЛНА СРЕДА	23
Енергия и изменение на климата	24
Намаление на използваната енергия и въглеродните емисии	25
Управление на опаковки, отпадъци и рециклиране	29
Опазване на водните ресурси	31
ОБЩЕСТВО	35
Качество на продуктите	36
Здраве и калориен баланс	37
Иновации и технологии	38
Иновации в продуктовото портфолио	40
Развитие на младежта	49
Инвестиции в обществото	53
Отговорен маркетинг	56
СИСТЕМАТА НА КОКА-КОЛА В БЪЛГАРИЯ	57
Какво е важно за нас и заинтересованите ни страни	60
Ангажменти и членства	62
ЗА ДОКЛАДА	64
ПРИЛОЖЕНИЯ	65
GRI Content index	65
GRI Content Index: Specific Disclosures	67
Ключови показатели за изпълнение	67

ОБРЪЩЕНИЕ НА ИЗПЪЛНИТЕЛНИЯ ДИРЕКТОР



Юрг Буркхалтер

Изпълнителен директор

Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България

Вече повече от половин век, ние, в Системата на Кока-Кола в България, обединяваме знанията, ресурсите и стремежа към съвършенство на Компанията Кока-Кола заедно с доказания опит в бутилирането, дистрибуцията и продажбите на Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани, за да надграждаме устойчивото си развитие и да създаваме ползи за нашите клиенти, потребители и обществото като цяло.

Както за всички индустрии, така и за нас, изминалите две години бяха период, изпълнен с предизвикателства. Горд съм, че благодарение на екипните усилия на всички близо 3000 колеги в семейството на Кока-Кола, успяхме да се адаптираме ефективно към новата реалност и в същото време изпълнихме поетия ангажимент да подкрепяме екипа си, обществото и нашите клиенти и партньори.

Като система, чийто икономически принос се равнява на 0.5% от БВП на страната, приемаме сериозно отговорностите си към местните общности. Благодарение на компанията "Магазинчето на

квартала", в периода 2020-2021 г. успяхме да подкрепим 1700 малки търговци в страната в справянето им с последиците от пандемията. Стремим се да осигуряваме маркетингова подкрепа на световно ниво и отлично търговско обслужване на всички наши над 40 000 клиенти в България, за да им партнираме ефективно и да продължим да растем заедно. Икономическото въздействие на Системата на Кока-Кола у нас се изразява в добавена стойност от 640 милиона лева. На всеки лев, изразходван за бутилка Coca-Cola, 75 стотинки остават в местната икономика. Системата изплаща 278 млн. лева данъци и такси към държавния бюджет, което се равнява на близо 1% от данъчните приходи на България и на 1/2 от държавните разходи за културни дейности или на годишните разходи за образование на около 95 000 ученици. Заедно поддържа 14 700 работни места по цялата си верига на стойност, което е около 0,5% от общата заетост. Системата купува стоки и услуги на стойност над 131 млн. лева от местни доставчици, с което затвърждава подкрепата си към българската икономика.

От страниците на този "Доклад за устойчиво развитие" ще научите, че зад произведените от компанията 355 милиона литра напитки стоят редица иновации, както и инфраструктурни проекти в заводите ни в Костинброд и Баня на стойност 12 млн. лева. През 2021 г. успяхме да намалим общото количество отпадък от производството ни с 23% спрямо 2019 г., а 72% от използваната електроенергия е от възобновяеми източници. Предварително изпълниме заложените си цели до 2025 г. - 100% от опаковките на нашите продукти да бъдат рециклируеми, както и да намалим преките въглеродни емисии с 30%. Темата за опазването на водните ресурси също винаги е била сред най-значимите за нас, още повече след като през изминалата година България премина в списъка на водно-рисковите зони. Ето защо сме особено горди, че през 2020 г. станяхме част от Alliance for Water Stewardship (AWS), а през 2021 г. успяхме да постигнем и рекордно понижаване на потреблението на вода в заводите ни с 16%.

Продължихме да обогатяваме и развиваме и нашето 24/7 портфолио, като България стана първият Европейски пазар от 29-те страни в групата

Кока-Кола ХБК, който лансира Costa Coffee. Сред свежите ни допълнения своето място заслужи още Schweppes Pink Tonic Style, новите Carry Лимонади, функционалната хидратираща напитка AQUARIUS и други. Алкохолното ни портфолио също се радва на феноменално надграждане по отношение на видове, цветове и марки, удовлетворяващи желанията на всеки потребител.

Разбира се, като развиващ се и отговорен бизнес, поехме още по-смели ангажменти в името на общото ни по-добро бъдеще, а именно - до 2040г. да постигнем нетни нулеви емисии, а до 2030г. да събираме и рециклираме 100% от опаковките, които пускаме на пазара. Целите са амбициозни, но убеден съм - постижими. Неслучайно и тази година Кока-Кола ХБК бе определена като най-устойчивата компания за напитки в Европа според Индекса на "Дау Джоунс", като същевременно с това, за 11-и пореден път, се нареди и сред първите три компании в сектора на световно ниво.

Всички тези постижения обаче не биха били възможни без най-важната съставка от рецептата за успех на Системата на Кока-Кола - нашите хора. Те отделиха стотици часове, за да повишат мотивацията, знанията и уменията на близо 10 000 младежи в рамките на програмата ни Youth Empowered, както и да подкрепят като доброволци редица екологични и благотворителни инициативи. Искрено благодаря на всички тях за ентузиазма, отдадеността, вдъхновението и за добрите примери, които заедно предаваме на нашите клиенти, партньори и цялото общество.

СОЦИО-ИКОНОМИЧЕСКИ РЕЗУЛТАТИ И ВЪЗДЕЙСТВИЕ 2021*



КОКА-КОЛА Е МЕСТЕН БИЗНЕС



355 млн. литра

Кока-Кола е местен бизнес, който произвежда 355 млн. литра в завода за безалкохолни напитки в Костинброд и в завода за бутилиране на минерална вода Баня.



5 юридически лица

Системата на Кока-Кола в България се състои от 5 юридически лица:

- Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България
- Кока-Кола България
- Coca-Cola Europacific Partners Shared Services
- Coca-Cola Hellenic Business Services Organization
- Coca-Cola Hellenic Group IT Services



131 млн. лева

Системата купува стоки и услуги на стойност над 131 млн. лева от местни доставчици

278 млн. лева

данъци и такси, изплатени към държавния бюджет



**640 МЛН. ЛЕВА ПРИНОС ЗА
ОБЩИЯ ДОХОД**



Системата генерира пряко
176 млн. лева
в приходи



Непряко, тя поддържа
94 млн. лева
в приходи нагоре по веригата
и се свързва с
370 млн. лева
надолу по веригата



Общият принос е **0,5%**
от БВП на България.

Всеки **1.00 лв.** изхарчени
за напитки на Кока-Кола, водят
до **0.75 лв.**
приходи за България



ОТ ОБЩИТЕ ПРИХОДИ 278 МЛН. ЛЕВА СА ДАНЫЦИ



Системата плаща

41 млн. лева

в данъци и поддържа

237 млн. лв.

непряко (от които 143 млн. ДДС)



Сумата представлява **1%** от данъчните приходи на България, което се равнява на 1/2 от държавните разходи за културни дейности или на годишните разходи за образование на около

95 000 ученици



14 700 РАБОТНИ МЕСТА ПО ВЕРИГАТА НА СТОЙНОСТТА



Системата предоставя работни места на

3000 души

в производствените си центрове и офисите си



Системата поддържа

2 200

работни места нагоре и се свързва с

9 500

надолу по веригата



Всяко работно място в системата поддържа

4 работни места

другаде, от които 1 - поради местно производство и 3 - от местни продажби

АКЦЕНТИ

2020-2021*

Намалихме въглеродните емисии на единица произведена напътка с

37%

спрямо 2019 г.

48%

от използваната енергия е от възобновяеми източници.

72%

от използваната през 2021 г. електроенергия е от възобновяеми източници.

Намалихме използваната енергия на единица произведена напътка с

10%

спрямо 2019 г.

Компанията отчита намаляване на преките въглеродни емисии с

30%, спестявайки над 90 483 тона

въглеродни емисии от цялостната си дейност в страната за 2020 и 2021 г.

Хладилни витрини: за 1 година спестихме

3 000 тона

CO₂ и намалихме консумираната от тях електроенергия с

46%

194 хил. лв.

инвестиции в обществото

37 млн.

лева изплатени заплати и придобивки

70%

от общата сума на разходите ни е изплатена на местни доставчици

37% жени

на управленски позиции

Инфраструктурни проекти в Костинброд и Баня на стойност

12 млн. лв.

65%

от опаковките ни, пуснати на пазара, са събрани.

Стратегическа рамка на управление

Нашата визия:

“

Ние се стремим Кока-Кола ХБК да е безспорна водеща компания за напитки във всяка страна, в която оперира.”

Като част от Групата Кока-Кола Хеленик следваме глобална стратегия за изпълнение на икономическите, екологични и социални цели, които са общовалидни за всички 29 страни в Групата. Принципите на управление на рисковете са заложили още в груповата ни стратегия и се проследяват и обсъждат както на международно, така и на местно ниво. Важен принцип при вземане на решения е следването на етични норми и прозрачност. Прилагаме ги както при взимането на вътрешни решения, така и при взаимоотношенията с външни заинтересовани страни.

Ценностите ни са другият аспект, който формира нашата стратегическа рамка.

Ценности за нагласа към **растеж**

Печелим заедно с клиентите

Ние сме търговска организация, която е ангажирана да предоставя иновативни решения за създаването на споделена стойност.

Развиваме нашите кора

Ние вярваме в нашите кора и се стремим да развиваме себе си и другите.

Безупречно представяне

Стремим се към безупречно представяне, като очароваме клиентите с нашата страст и бързина.

Почтеност

Винаги правим това, което е правилно, а не това, което е лесно, и поемаме отговорност за резултатите.

Учене

Слушаме, притежаваме естествено любопитство и имаме готовност да поемаме интелигентни рискове.

Работим като едно цяло

Ние си сътрудничим гъвкаво, за да отключим уникалната сила на нашите различни екипи.

Петте ни стратегически приоритета, обусловени от визията и ценностите ни, са:



Оценки и награди



Кока-Кола ХБК е най-устойчивата компания в сферата на производството на напитки в Европа според Индекса на Dow Jones¹ за 2021 г. и за 11-та поредна година е сред трите водещи компании в тази сфера в световен мащаб.



Coca-Cola е най-силният бранд в категорията на газираните безалкохолни напитки в България и втората най-силна марка след Google на националния пазар у нас според проучването Superbrands.



Кока-Кола ХБК България е "Компания на годината" в категория "Корпоративна социална отговорност".



Кока-Кола ХБК България заслужи приза "Инвеститор в знанието" в наградите за отговорен бизнес на БФБЛ под мотото "Дай добър пример".



Кока-Кола ХБК България получи две отличия за доброволчество и дарителство на работното място от най-голямата платформа за доброволчество у нас – TimeHeroes, както и от фондация bCause.



Кока-Кола ХБК България е най-предпочитаният работодател в своя сектор и на второ място сред всички индустрии.



Две големи отличия от Effie Awards за разработване на маркетинг кампании – златна награда за кампания на JÄGERMEISTER и бронз за "Магазинчето на квартала".

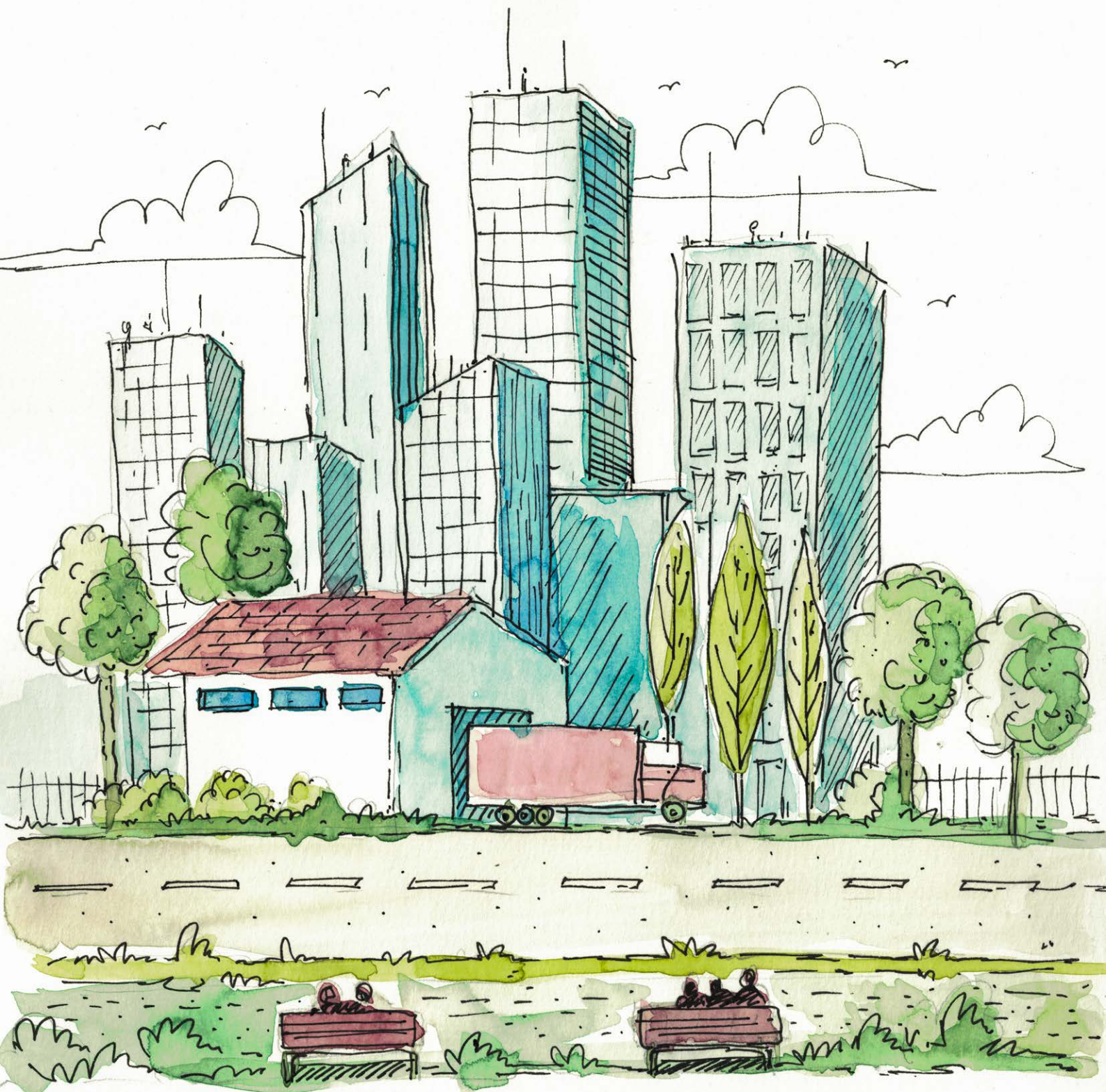


Златна награда за изключителни постижения в маркетинговите комуникации – BAAwards'21-2, за кампанията "Schweppes Pink Tonic Style".



Кока-Кола ХБК България бе отличена с престижното второ място в категория "Хранителна индустрия, сектор, услуги, търговия" в конкурса "Най-зелените компании в България" на b2b Media.

КОРПОРАТИВНО УПРАВЛЕННЯ



Ние разбираме доброто управление като лидерството чрез даване на пример. Грижата за нашите клиенти, партньори и потребители достига отвъд спазването на корпоративни политики и се изразява в това да вдъхновяваме и да се подобряваме заедно.

Кока-Кола е наясно с естествената връзка между икономическия растеж и представянето ни по отношение на социалната и екологичната среда. Значимостта на тази връзка оформя еволюцията

на нашата бизнес стратегия и ни мотивира да поемаме амбициозните ангажменти. Задачата ни е да продължим да интегрираме темите, свързани с устойчивото развитие, в нашите решения. Менеджърите ни провеждат регулярни срещи, на които преглеждат до каква степен стратегическата рамка интегрира изискванията на обществото, регулациите и всякакви значими тенденции, които са обект на интерес от страна на заинтересованите страни.

Корпоративно управление, бизнес етика и антикорупция

Корпоративното управление е тази система от политики, правила и процеси, която определя посоката и поведението на компанията, а нейните лидери утвърждават с примера си. Ролята на доброто управление е в балансирането на интересите на акционерите, служителите, клиентите, доставчиците,

правителството и местните общности. Доброто корпоративно управление осигурява справедливото и прозрачно изпълняване на дейността, което позволява отчетност на всички нива в организацията.

0 потвърдени
случая на корупция за
последните 12 години.

100% от
служителите са
преминали обучение
по антикорупционни
политики и процедури.

0 заведени
съдебни дела срещу
компанията за
антиконкурентно
поведение през
последните 12 години.

Важен принцип при вземане на решения е следването на въведените политики и процедури, които осигуряват спазването на най-високи стандарти за бизнес поведение. Прилагаме ги както при взимането на вътрешни решения, така и при взаимоотношенията с външни заинтересовани страни. Проявяваме нулева толерантност по отношение на нарушения на Кодекса за бизнес поведение¹ и Политиката за борба с подкупите². Правилата, утвърдени в тях, важат за всички наши служители, независимо от местоположението, ролята или

длъжността. Нашите доставчици, дистрибутори, агенти, консултанти и обслужващи компании също трябва да спазват голяма част от принципите, заложили в тях. Затова е важно всички наши служители да познават тези принципи и да знаят как да действат в случай на риск от тяхното нарушаване. Ежегодно провеждаме задължителни обучения, свързани с Кодекса за бизнес поведение и Политиката срещу подкупите. За служителите, които са изложени на по-висок риск от сблъсък с корупционни практики, организираме и допълнителни обучения.

Подаване на сигнали

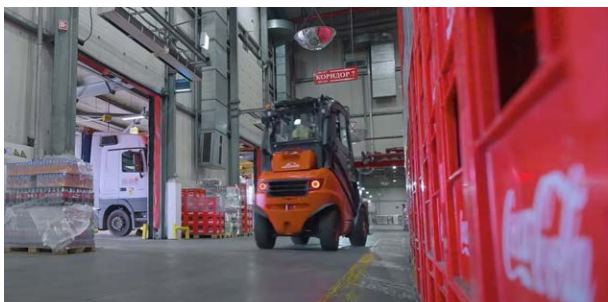
Насърчаваме всички в компанията да задават въпроси и да изразяват опасения относно потенциални нарушения на политиките ни. Защитаваме от репресивни мерки всеки служител, който подаде сигнал. Линията "Speak-Up!" е достъпна за всички колеги и по всяко време на адрес www.coca-colahellenic.ethicspoint.com. Тя е място,

където всеки служител може конфиденциално и анонимно да докладва за опасения, свързани с вероятни нарушения. Корпоративният отдел по одит на Кока-Кола ХБК и Служителят по етика и съответствие са отговорни за разследването на всички подадени сигнали по подходящ начин.

Социално включване

Служителите ни участват във вземането на решения и в изграждането на стратегията на компанията. Информираме ги за промени в политиките на компанията, за насоките, в които развиваме бизнеса

си, за партньорствата ни с клиенти, за инициативи, които провеждаме, и ги каним да се включат активно в тези процеси.



Човешки права и разнообразие

Работим с разнообразен кръг от хора и ценим персоналия подход, поглед и опит, с който обогатяват професионалния път на компанията. Стремим се да осигуряваме равни възможности за всички наши хора и да ги подкрепяме в предизвикателствата, които срещат в професионален и личен план.

Няма нито едно заведено съдебно дело срещу компанията за дискриминация или нарушаване на правата на човека през последните 12 години.



Кока-Кола ХБК България се присъедини към Хартата на многообразието. Това е документ, доброволно подписан от компанията през 2021 г. с цел поемане на отговорност за предприемането на стъпки за прилагане на политики за многообразие и равенство във възможностите независимо от пола, сексуалната ориентация, физическите способности, възрастта, вероизповеданието или етническата принадлежност на работното място.

Цел за 2025 г. на
Групата Кока-Кола
Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към
2019 г.

Развитие към
2020 г.

Развитие към
2021 г.

Колко ни остава
до целта

50%
от ръководните
позиции да бъдат
заемани от жени

35%

37%

37%


13%
до целта

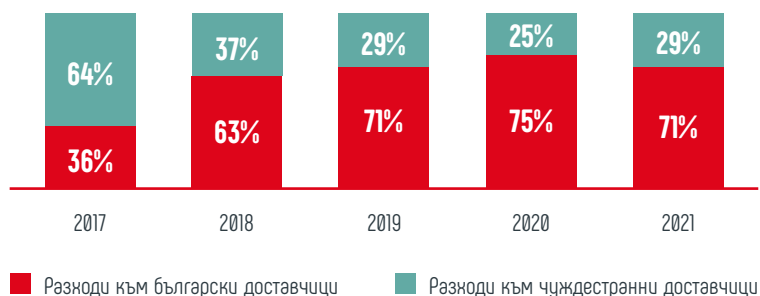
Ние ценим високо уменията, опита и ангажираността на разнообразния кръг от хора, които работят с нас. Всички те са от съществено значение, за да осигурим най-доброто обслужване на клиентите ни и се стремим да гарантираме, че никой не е третиран

неподходящо или неуважително на работното ни място. Действаме с почтеност и грижа към всички наши хора.

Ще продължим да се фокусираме върху плавното и подкрепящо завръщане на работа след майчинство, за да окажем целенасочена помощ в интегрирането на майките към работната среда с предварително структуриран план, съобразен с отговорностите на всеки родител.

Фокусираме се върху български доставчици винаги, когато е възможно локално снабдяване със суровини. През последните години делът от разходите ни към местни доставчици е над 70%.

Дял на разходи към местни доставчици от общите разходи към доставчици (%)



Устойчиво снабдяване

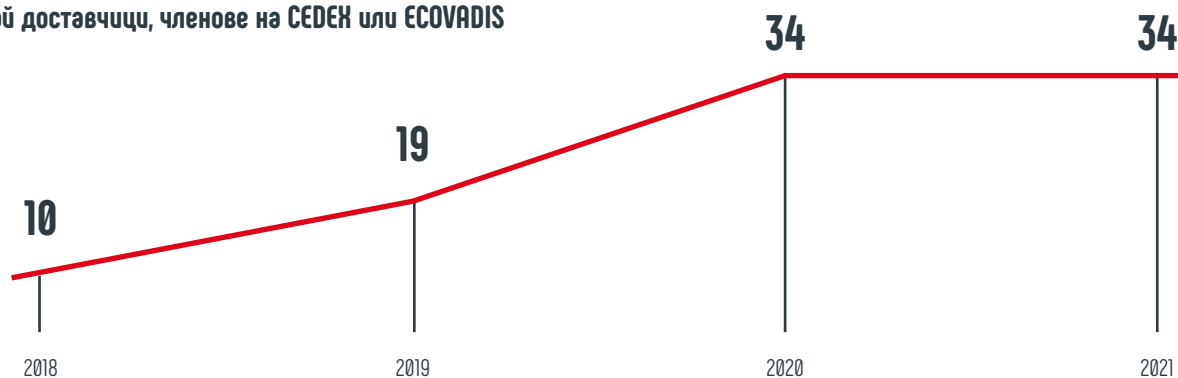
Съвместната работа с доставчиците на суровини следва принципите, които ни помагат да постигаме и поддържаме качество на продуктите. Разчитаме на развитието на пълноценни партньорски отношения – освен да поставяме изисквания, сме активни и в това те да бъдат успешно изпълнени. По този начин подпомагаме нашите доставчици при реалното подобряване на представянето им в екологичен и социален план. Водени от стремеж към просперитет на бизнеса, подкрепяме партньорите си, като насърчаваме локалните доставчици да разширяват бизнеса си и да го извеждат на международния пазар.

Въведените критерии за подбор на доставчици са отразени в нашите Ръководни принципи за доставчици. Правилата ни за избор на изпълнители включват както търговски и технически условия, така и допълнителен критерий за устойчивост, за да се гарантира съответствие със стандарти за добро

социално и екологично представяне. Още през 2019г. въведохме правилото доставчиците, спечелили по-големи търгове, да бъдат включени в EcoVadis (платформа, проследяваща в каква степен една компания е интегрирала принципите на Корпоративна социална отговорност в своята бизнес и управленска система).

Провеждаме вътрешни одити за качество на ключови зони и доставчици. Работим съвместно с доставчиците с цел да подобрят представянето и процесите си, което включва и препоръки за внедряване на екологични политики и други подобрения. Резултатът от тази подкрепа е, че през 2020 г. и 2021 г. 34 от нашите местни доставчици са членове на международната платформа EcoVadis.

Брой доставчици, членове на CEDEX или ECOVADIS



През 2021 г. внедрихме иновативна платформа за онлайн проследяване на маршрути на камионите за доставки до дистрибутори и ключови клиенти чрез GPS технология. Ползите от внедряването на системата за бизнеса са големи. Тя ни помага по-бързо да идентифицираме рисковете за закъснение на доставките и да вземаме своевременно решения,

за да повишим удовлетвореността на нашите клиенти. Виждаме в реално време кога пристига камионът за товарене в локациите, както и момента на отпътуване за доставка и пътят до крайния клиент. Голямо предимство е използването на информация в реално време за условията по пътищата, благодарение на което изчисляваме вероятния час на доставка.

Продължаваме фокуса си към локално снабдяване от местни доставчици.

Продължаваме активно работата по проверка и подкрепа на новите ни доставчици за повишаване на представянето им по социални и екологични критерии.

Цели за 2025 г. на
Групата Кока-Кола
Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към
2019 г.

Развитие към
2020 г.

Развитие към
2021 г.

Колко ни остава
до целта

100%

от ключовите
селскостопански
съставки да са
в съответствие
с принципите
за устойчиво
земеделие*

74%

82%

80%



20%
до целта

Управление на рисковете

Управлението на рисковете спомага за вземането на решения, подобрява резултатите и отчетността. На месечна база преговаряме рисковете, изигравме ги и проверяваме готовността на компанията да реагира. Принципиите на управление на рисковете са заложи

в компанията в съответствие с ISO 31000 (Управление на риска). Внедрени са в груповата ни политика и се проследяват и обсъждат както на международно, така и на местно ниво.

НАШИЯТ ЕКИП



Ангажираност и благосъстояние на служителите

Кока-Кола ХБК България постигна ръст в Индекса за ангажираност на служителите с резултат 88%, който е с 1 пункт по-висок от средния за Групата Кока-Кола ХБК.

През 2021 г. 32 новоназначени търговски представители успешно преминаха през Търговска академия в частта "Onboarding", а 221 настоящи търговски представители завършиха модула "License to Sell", натрупвайки разширени знания и умения за портфолиото на Компанията, както и за каналите, в които работим.

В периода 2020-2021 през Strong Front Line Leader програмата преминаха над 100 ръководители.

За 2020-2021 г. имаме 28 успешни участници във всички нива на програмите за развитие на служителите (Fast Forward 1,2,3), а номинираните за следващи издания на програмата за 2022 г. са 16. Номинациите са базирани на индивидуалните нужди за развитие на т. нар. меки умения.

Един от основните приоритети на Кока-Кола ХБК България е грижата за хората и разгръщането на потенциала им, затова инвестираме в изграждането на най-добрите екипи в индустрията. Насърчаваме постоянен стремеж към развитие чрез обогатяване на

функционалните знания и умения и усъвършенстване на лидерските способности. Във връзка с това, в Компанията съществуват редици програми, адресиращи специфичните нужди на всеки служител:



Talent Start Up

В Кока-Кола ХБК България вярваме, че младите хора са нашето бъдеще и инвестираме в тяхната професионална реализация. Talent Start Up е възможност за стартиране на кариера без задължителен професионален опит. Ключовите критерии за подбор са желанието за учене и развитие. Всички участници имат индивидуален кариерен план, както и възможност да работят отблизо с лидерите на организацията, да участват в реални проекти и инициативи и да прилагат теоретичните си знания на практика. Целта е ускорено развитие на техните таланти и бързо навлизане в компанията.

FAST FORWARD I

TO FRONT
LINE LEADER

FFW1

Fast Forward Self 2 Others е едногодишна програма за развитие на таланти – служители-специалисти с доказано високо представяне и потенциал за лидерски роли. Програмата дава възможност на участниците да се подготвят за по-успешно преминаване към роля от по-високо лидерско ниво – ръководител на екип.

FAST FORWARD II

TO CHANGE
LEADER

FFW2

Fast Forward Others 2 Managers е едногодишна индивидуално изградена програма за развитие на служители от ниво Ръководител екип към ниво Ръководител на ръководители. Участниците преминават през бизнес предизвикателства, 360-градусова обратна връзка, индивидуален план за развитие, специфични обучения и семинари, бизнес симулация и работа с ментор. Последният етап на програмата включва разработване на кроссфункционални проекти и защитата им пред ръководството на компанията.

FAST FORWARD III

TO TOP 300

FFW3

Fast Forward Managers 2 Function е индивидуално изградена програма за развитие на служители от ниво Ръководител на ръководители към ниво Функционален ръководител. Продължителността ѝ е 18 месеца. В България въведохме програмата през 2017 година. Фокусът ѝ е насочен към индивидуалното развитие на всеки участник чрез различни дейности, включително ръководене на международен екип и проект и защитата му пред Оперативния комитет на Групата.

Strong Frontline Leaders

Програмата Strong Front Line Leader е предназначена да разшири знанията на нашите лидери по иновативен начин, като ни помага да повишим лидерските способности и да подкрепим ръководителите в нашата мисия и стратегия. Форматът е виртуален под формата на уебинари, обучаващи сесии с ролеви игри и казуси. Включени са и срещи с лидери, които споделят своя опит. Темите са свързани с даване и получаване на обратна връзка, създаване на силни екипи, ефективна комуникация, коучинг, умения за идентифициране и селекция на таланти, както и други т.нар. "меки умения".



Sales Academy (Търговска академия)

В началото на 2021 г. компанията въведе т.нар. Sales Academy (Търговска академия), която е цялостна програма за добиване на търговски и бизнес познания и развитие на лидерски умения и нагласи. Тя обхваща служители от стартови до ръководни позиции. С цел придобиване на всички нужни знания преди първа среща с клиент, всеки новопостъпил Търговски представител се въвежда в ролята. Структурата на програмата е валидна и за настоящи търговци. На ниво ръководител Академията цели ефективното въвеждане на нови Тийм лидери и усъвършенстване на лидерските компетенции на опитни мениджъри.



Ще продължим фокуса си върху:



Развитие на талантите



Разширяване знанията и лидерските умения на нашите преки ръководители



Надграждане на способностите на служителите на всички нива в организацията

Вярваме, че инвестицията в нашия екип е най-силното ни конкурентно предимство, а нашите хора – тайната съставка за успех!



Ангажираност и благосъстояние на служителите

Хората са нашият най-значим ресурс. Икономическата стойност на техния принос може да бъде изразена с опита, който ни носят, придобитото от различни обучения, техните знания и уменията им да постигат

резултати в унисон с нашите ценности. Работим целенасочено с преките ръководители като посланици на културата ни и за непрекъснато професионално и личностно развитие.

Здраве и безопасност

Особено внимание обръщаме на здравето и безопасността на служителите, тяхното чувство за сигурност и подкрепа на работното място. Въпреки предизвикателствата, които COVID-19 донесе, успяхме бързо да намерим правилните решения. Реорганизирахме процесите си и въведохме нови

дигитални решения, които ни позволиха да бъдем по-гъвкави от всякога. Тъй като осъзнавахме необходимостта от запазване на комуникацията между екипите, реализирахме различни виртуални форуми. Така дадохме възможност важната информация и решения да бъдат адресирани

Цел за 2025 г. на
Групата Кока-Кола
Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към
2019 г.

Развитие към
2020 г.

Развитие към
2021 г.

Колко ни остава
до целта

Да няма фатални
инциденти и
да намалим
трудовете
злополуки с
50%

+50%

0 фатални
инцидента

+25%

0 фатални
инцидента

-50%

0 фатални
инцидента



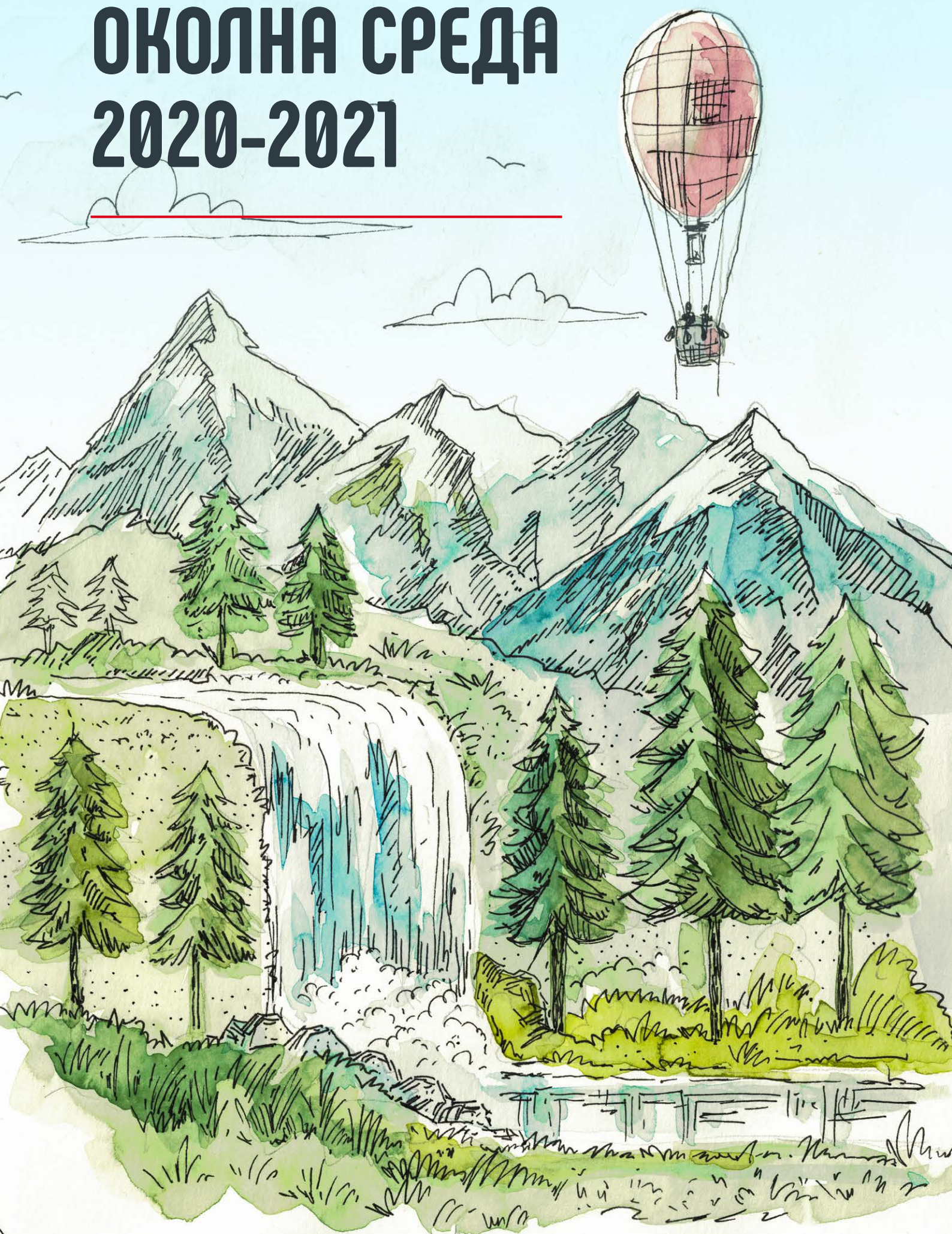
Целта е
изпълнена

постигната

Прилагаме "Програма за съдействие на служители", която е достъпна по всяко време на денонощието чрез отворена безплатна телефонна линия. Чрез линията наши служители и техните семейства могат да се консултират с експерти в различни области. Регулярно реализираме и кратки проучвания на "пулса" на организацията. Те ни дават възможност да следим постоянно как се чувстват екипите ни, кои са проблемите и страховете, които ги вълнуват. Най-ценното е, че на база получените резултати работим заедно по целенасочени планове.



ОКОЛНА СРЕДА 2020-2021



Енергия и изменение на климата

През последните

3 години намалихме енергията, необходима за производство на 1 литър напитка, и въглеродните емисии (обхват 1 и 2), отделени при тази дейност, съответно с **10% и 37%.**

Резултатите ни показват дълготрайни тенденции за намаляване на общото количество енергия, преките и непреките емисии от нашата дейност, количеството енергия, необходима за производството на един литър напитка, както и отделените от това емисии. Дейности като скъсяване на веригата на доставки водят до

През 2021 г. започнахме подмяна на автопарка ни, като постепенно преминаваме към хибридни автомобили. 72% от електроенергията, която използваме в нашите производствени центрове, беше от възобновяеми източници, като целта ни е до 2025 г. този дял да достигне 100%.

Започваме пътя си към постигане на въглеродна неутралност с производствения ни център в град Баня. През 2021 г. направихме проучване за възможността той да стане въглеродно неутрален. В него 100% от използваната електроенергия е от възобновяеми източници, съответно емисиите ни от обхват 2 са нулеви. Проучихме различни проекти за

Компанията отчита намаляване на преките въглеродни емисии с

30%, спестявайки над **90 483 тона** въглеродни емисии от цялостната си дейност в страната за 2020 и 2021 г.

намаляние на непреките ни емисии, което постигаме заедно с нашите клиенти. Ползите за тях дават пряко отражение както върху нивото на продажбите, които те реализират, така и върху постигане на енергийни спестявания.

компенсиране на емисиите на CO₂ от обхват 1, тъй като за момента няма технологична възможност за заместване на необходимите за производството ни горива с алтернативни енергийни източници.

Инвентаризацията на парниковите газове на компанията показва, че 78% от непреките емисии от обхват 3 са образувани от хладилни агенти, които използват клиентите ни, затова осигурихме финансиране за следващите четири години, което ще ни позволи да продължим да подменяме хладилните витрини, които те ползват.

Намаление на използваната енергия и въглеродните емисии

През 2020 и 2021 г. намалихме общото количество използвана енергия, включително количествата електричество и природен газ. В същото време увеличихме значително дела на използваната енергия от възобновяеми източници, като през 2021 г. той достигна 48%.



През последните пет години се забелязва тенденция за намаляване на емисиите на CO₂, както и на отделните емисии за производството на един литър напиток (въглероден интензитет) и количеството енергия, изразходвано за производството на един литър напиток (енергиен интензитет). За този период спадът на нашите емисии от обхват 1 и 2 е 44%, а на тези от обхват 3 – 34%. Въглеродният интензитет за емисиите от обхват 1 и 2 е 56% по-нисък, а енергийният интензитет – с 29%.

Пътна карта за намаляване на емисиите на CO₂ в Кока-Кола ХБК България в периода 2017–2030 г.

Кока-Кола ХБК България разработи план с проекти и инструменти за намаляване на емисиите на местно ниво до 2030 г. – част от ангажмента на Кока-Кола ХБК Групата да постигне нетни нулеви емисии до 2040 година. Той включва пет основни направления:

1. подмяна на автопарка с хибридни автомобили
2. въглеродна неутралност в производствения ни център в гр. Баня
3. 100% от електроенергията в производствените ни центрове да бъде от възобновяеми източници на енергия
4. поетапно включване на рециклирана пластмаса (rPET) в опаковките ни, като целим да постигнем 100% rPET до 2030 г. на групово ниво
5. подмяна на хладилни витрини с модели с висока енергийна ефективност

Ние ще продължим да намаляваме емисиите в цялата верига (от доставчиците до клиента)



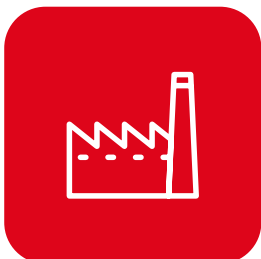
Суровини

- Промяна в рецептата: преминаване към напитки с ниско съдържание на захар или без захар
- По-ниски емисии от доставчиците на суровини (захар, фруктозен сироп, плодови концентрати)



Опаковки

- 100% rPET, повече рециклиран материал в стъклени бутилки и алуминиеви кенове
- Намаляване теглото на опаковките, използване на бутилки за многократна употреба
- По-ниски емисии от доставчиците



Производство

- Използване на зелена енергия и сертификати за зелена енергия
- Термо помпи, модернизация на охлаждащите и подгряващите системи, нови ефективни линии
- Намаляване на фосилните горива и използване на горива от възобновяеми източници
- Енергийно-ефективни сгради



Дистрибуция

- Преминване към електрически коли, двигатели с ниски емисии и алтернативни горива
- Обновяване на транспортните средства на външните партньори, преход към алтернативни горива
- По-малко бизнес пътувания



Хладилно оборудване

- Използване на електричество с ниски емисии
- Енергоефективни охладителни системи
- Охладители без съдържание на хидрофлуоровъглероди (HFC)

Темата за енергията и изменението на климата в Кока-Кола ХБК България намира отражение най-вече в емисиите от потреблението на енергия в производството ни, транспортирането на продуктите ни до клиентите, както и съхранението на продуктите в хладилни витрини, за да достигнат в най-качествен вид до крайните потребители.

Цели за 2025 г. на
Групата Кока-Кола
Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към
2019 г.

Развитие към
2020 г.

Развитие към
2021 г.

Колко ни остава
до целта

Да намалим преките
въглеродни емисии с

30%*

-19%

-44%

-56%



Целта е
изпълнена

50%

от хладилните ни
витрини в обектите
да бъдат енергийно
ефективни

46%

47%

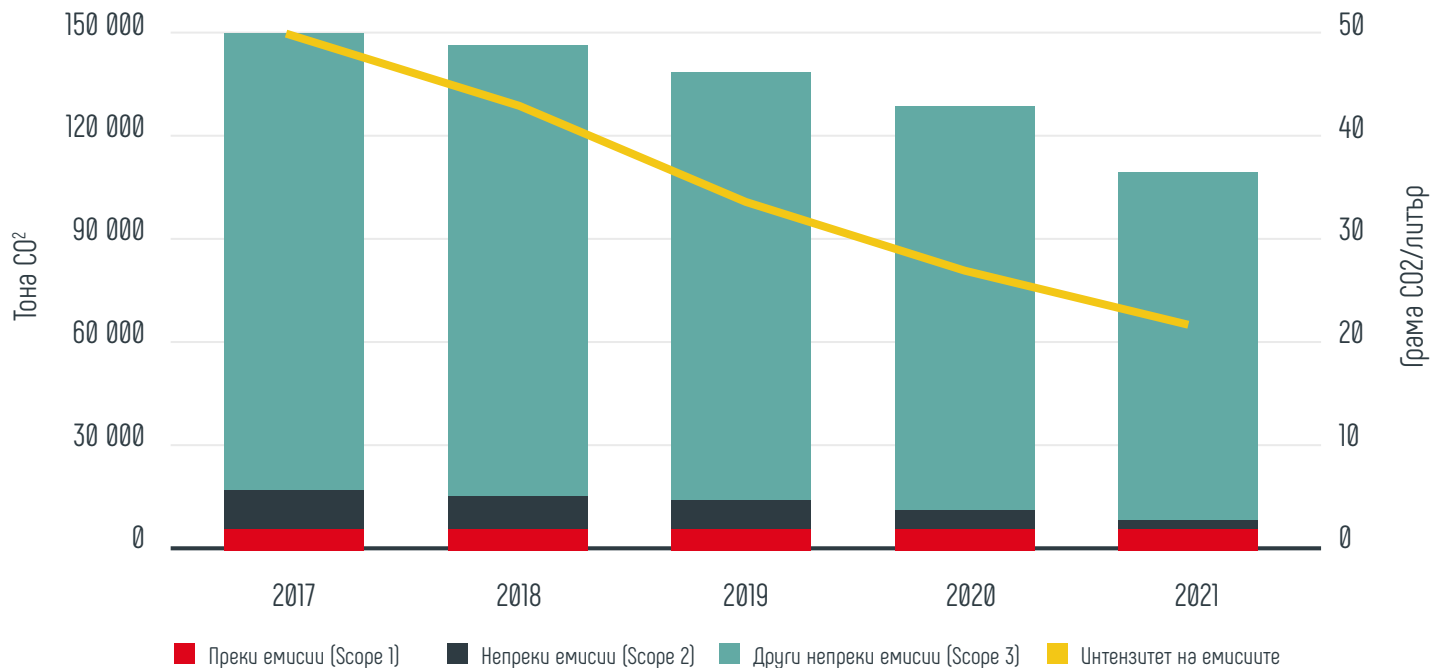
48%



2%
до целта



Емисии на въглероден диоксид и интензитет на емисиите



Цели за 2025 г. на
Групата Кока-Кола
Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към
2019 г.

Развитие към
2020 г.

Развитие към
2021 г.

Колко ни остава
до целта

50%

от общата енергия,
използвана в нашите
производствени
центрове, да бъде от
възобновяеми и чисти
източници

20%

40%

48%

2%
до целта

100%

от електричеството,
използвано в нашите
производствени
центрове в ЕС и
Швейцария, да бъде
от възобновяеми и
чисти източници

35%

54%

72%

28%
до целта

Управление на опаковки, отпадъци и рециклиране

През 2021 г. успяхме да намалим общото количество отпадък от производството ни с

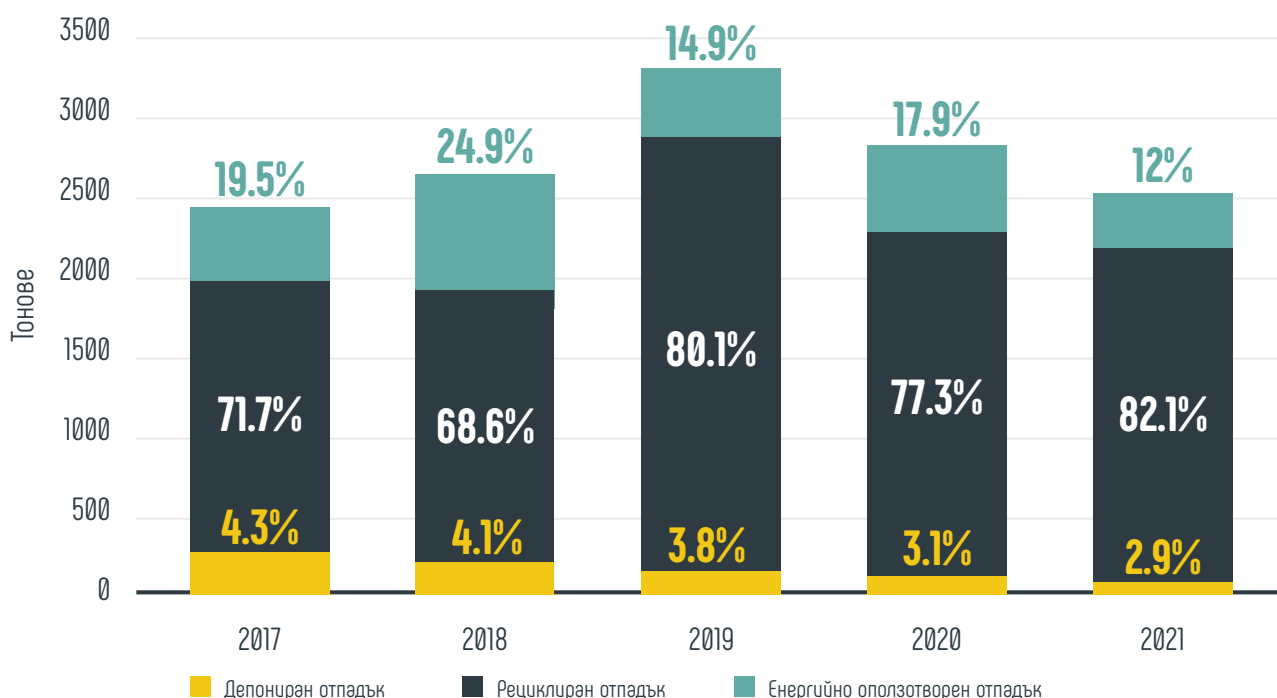
23%

спрямо 2019 г., а през последните 5 години увеличихме дела на рециклирания отпадък със

17%

Благодарение на сътрудничеството ни с ЕКОПАК през 2020 и 2021 година успяхме да съберем 65% от пуснатите на пазара опаковки, резултат от дейността ни. По този начин са спестени 188 508 м³ вода, 78 614 mWh енергия и 8 520 тона CO₂ емисии и са спасени от изсичане 77 111 дървета.

Отпадъци по тип оползотворяване от производствените центрове



През последните две години работихме върху намаляване на количеството депонирани отпадъци, по-ефективно сепариране и по-детайлна отчетност, както и върху повишаване на дела на събраните и рециклираните опаковки от нашите продукти. В рамките на Групата Кока-Кола ХБК България провеждаме ежемесечни разговори по общи проекти в областта на околната среда, разполагаме със споделено пространство за обмен на най-добри практики и взимаме решения заедно. Целите ни са свързани с влягане на рециклиран PET материал в производството ни, използване на рециклируеми

опаковки за нашите продукти, както и да подпомагаме събирането отпадъците от опаковки, пуснати на пазара.

Устойчивото управление на опаковки, отпадъци и рециклиране е сред трите водещи по значимост теми в нашата матрица. Имаме визия за Свят без отпадъци (World Without Waste), която е до 2030 г. да помогнем за събирането и рециклирането на бутылка или кен за всяка бройка, която продаваме. Независимо откъде идва тя, искаме всяка опаковка да има повече от един живот.

Цели за 2025 г. на
Група Кока-Кола
Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към
2019 г.

Развитие към
2020 г.

Развитие към
2021 г.

Колко ни остава
до целта

100%

от опаковките на
нашите продукти да
бъдат рециклируеми

100%

100%

100%



Целта е
изпълнена

35%

от използвания
PET материал да
е от рециклирана
пластмаса и/или
от възобновяем
материал

9%

1.8%

0.1%



26%
до целта

Да подпомогнем
събирането на
еквивалента на

75%

от нашите опаковки,
пуснати на пазара

55%

61.6%

65%



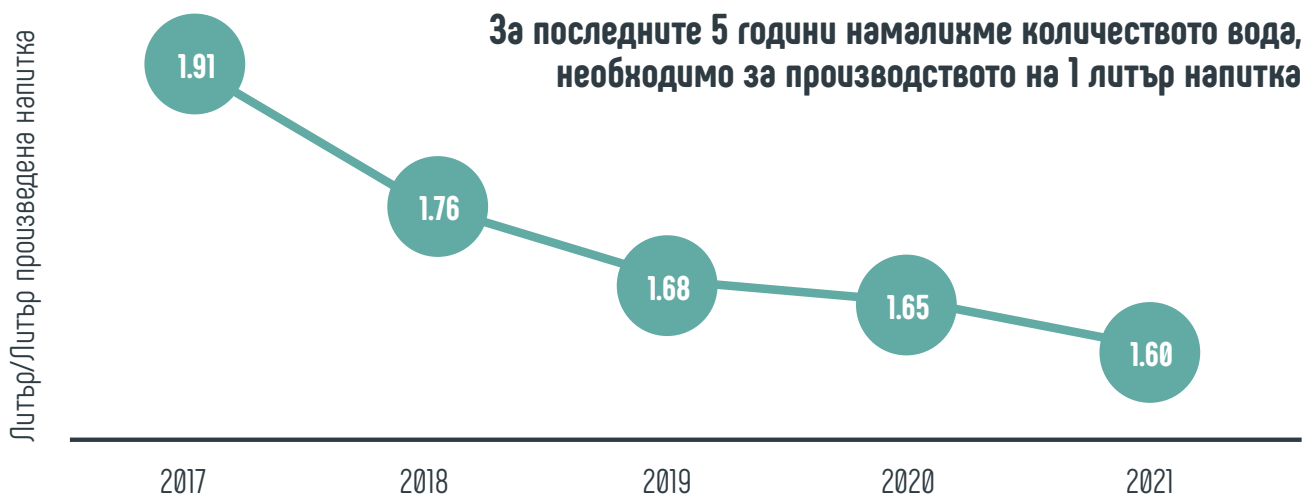
10%
до целта



Опазване на водните ресурси

Темата за опазване на водните ресурси винаги е била сред значимите теми за нас, но станала особено приоритетна през изминалата година, тъй като през 2021 г. България премина в списъка на водно-

рисковите зони. От Кока-Кола ХБК България отчитаме този фактор с особена важност и предвиждаме редица подобрения с цел по-осъзнато потребление на водата в цялата верига на доставки.



През изминалите две години намалихме общото количество консумирана вода в производството ни. През последните пет години наблюдаваме тенденция за намаляване на количеството вода, необходимо за производството на 1 литър напитка (интензитет

на водата) и количеството отпадъчни води, което е доказателство за дълготрайната ефективност на всички усилия, които полагаме в сферата на опазване на водните ресурси.

Цели за 2025 г. на Групата Кока-Кола Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към 2019 г.

Развитие към 2020 г.

Развитие към 2021 г.

Колко ни остава до целта

Да намалим с **20%** потреблението на вода в заводите, разположени във водно-рискови зони

Заводите ни не са разположени във водно-рискови зони

-13%

-16%


-4%
до целта

100% сигурност на водата във водно-рискови зони: да подпомогнем осигуряването на вода за нашите общности във водно-рискови зони*

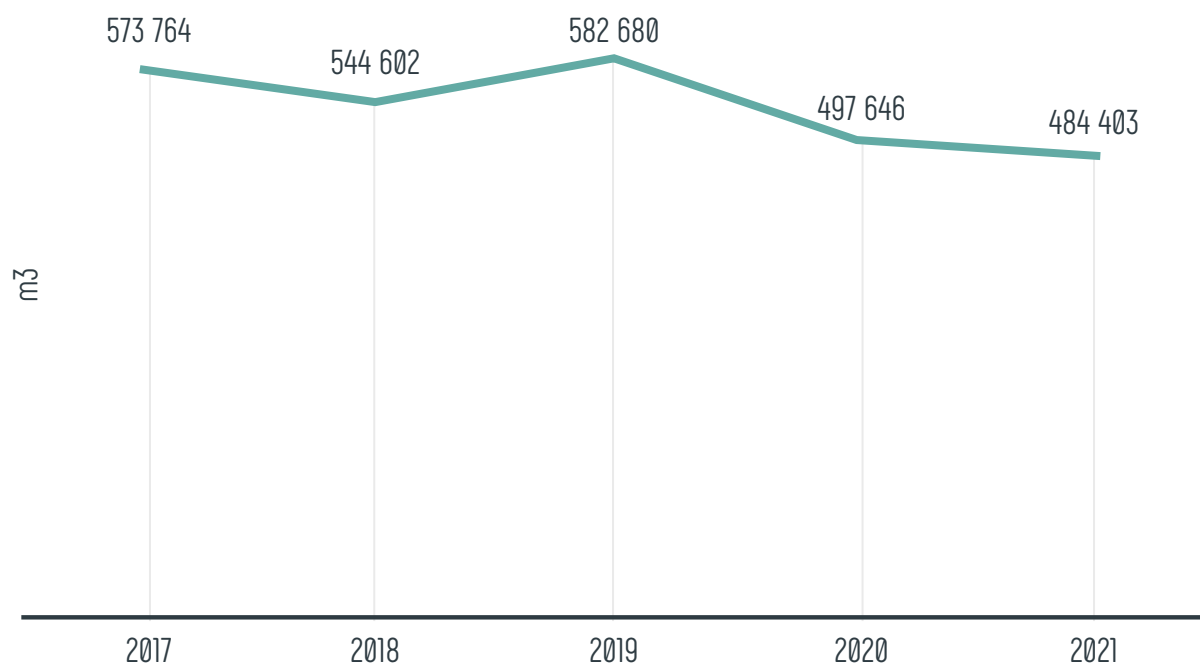
Заводите ни не са разположени във водно-рискови зони

100%

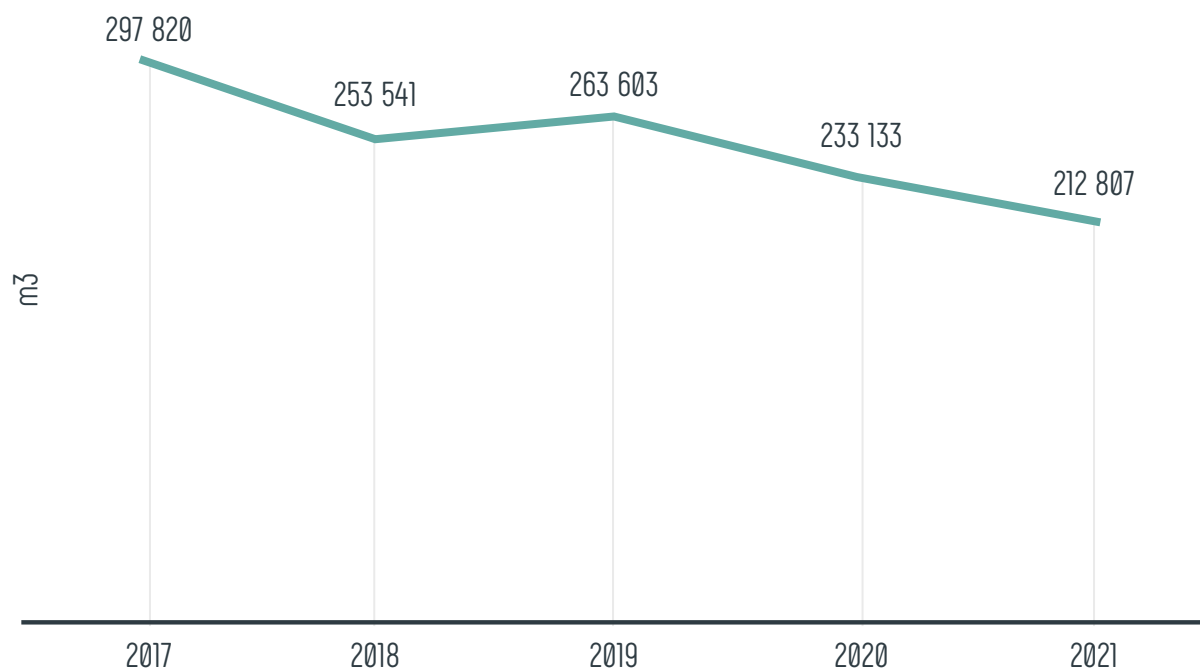
100%


Целта е изпълнена

През последните 5 години намалихме потреблението на вода с 16%



През последните 5 години намалихме количеството отпадъчни води с 29%





От 2020 г. нәсәм
членуваме в
Alliance for Water
Stewardship.



Станахме член на Alliance for Water Stewardship (AWS)

През 2020 г. Кока-Кола ХБК България стана част от Alliance for Water Stewardship (AWS) благодарение на съвместни проекти с държавни, местни институции, НПО и партньорски компании от различни сектори, свързани с оптимизиране на потреблението, достъпност, качеството и опазването на водните ресурси във водосбора. Сертифицирането ни по AWS е резултат от висока ангажираност към опазване на водните ресурси, не само пряко свързани с нашите производствени центрове в Баня и Костинброд, а

и към целия водосбор на реките, влажните зони и значимите зони за управление и опазване на водите, в които попадат и двата производствени центъра. Доказателство е за прозрачност в работата и отговорност както към собствените ни предизвикателства, свързани с водните ресурси, така и към тези на заинтересованите ни страни. Стандартът изисква да се справим с предизвикателства чрез утвърдени най-добри практики по отношение на следните пет резултата:



Добро управление
на водите



Устойчив воден
баланс



Добро качество на
водите



Зони за защита на
водите



Безопасна вода,
санитация и хигиена
за всички (WASH)

С членството си ще допринесем за развитието на AWS системата, а също така и за разрастване на сътрудничеството ни със заинтересовани страни във връзка с опазването на водите.

Какво предстои?



Във връзка с членството ни в Alliance for Water Stewardship ни предстои усилена работа със заинтересованите страни във водния сектор.



Намаляваме количеството на използвана вода чрез непрекъснатата оптимизация на процесите ни за почистване (CIP – cleaning in place).



Увеличаване на количеството вода, което може да използваме повторно в различните производствени процеси.

Общество



Качество на продуктите

Качеството на продуктите е темата, която стои в основата на нашата работа. Подсигуряваме качество с иновации в производството и чрез ефективни партньорски отношения. Нашите доставчици и клиенти следват утвърдени стандарти и изисквания за съставките, опаковъчните материали и съхранението на продуктите.

План за удовлетвореност на клиентите

Следваме План за удовлетвореност на клиентите, посветен на това да задоволим изискванията на нашите клиенти (търговски обекти). При оплаквания извършваме целия път от производството до крайния клиент, за да извършим пълен анализ на продуктите, включително на условията за съхранение и на проби за трайност. Въведохме нова, изцяло електронна система за проучване удовлетвореността на нашите клиенти.

С нея проследяваме и анализираме бързо обратната връзка от клиентите, адресираме областите за подобрение и отговаряме на нашите партньори. Цялата информация е в една платформа и е налична по всяко време за съответните нива на организация. За последните две години нямаме нито един неразрешен случай при подадени оплаквания.

Качествен контрол в реално време (Quality Food Safety Digital Agenda)

Подобряваме качеството, като го проследяваме в реално време. Производствените линии в завода в Костинброд са от последно поколение, с което осигуряваме още по-добър процес на смесване на съставките и газирание на напитките. И в двата ни производствени центъра е внедрена електронна система за измерване и мониторинг на качеството. Системата позволява статистическо събиране и анализ на данните, генерирани по време на производствения процес, за важни параметри като: нетно съдържание, сила на отваряне на капачката на бутилката, газировка, сухо вещество. Лесната

навигация и наблюдението на процеса от операторите на производствените линии дават възможност за бърза намеса и реакция, с което се намаляват загубите и потребителските оплаквания. През последните две години продължаваме да развиваме и разширяваме контрола на важни за качеството на продуктите параметри в реално време, като включиме в електронната система мониторинг на параметрите на суровата, третираната и отпадъчната вода (в Костинброд), резултати от органолептичния анализ на продуктите, както и микробиологични показатели (и в двата завода).

Възраст на продуктите

Уникулативата TAM (Total Age Management) има за цел да гарантира, че продуктите, циркулиращи на пазара, са на възраст, която не е достигнала и половината от своя срок на трайност. Проследяваме показателя за средна възраст на продуктите в нашите складове и в складовете на

дистрибуторите, с които работим, както и средната възраст на доставените продукти. По този начин поддържаме пресни продукти с най-високо качество.

Оценка на риска

Ежегодно извършваме оценка на риска за всеки от заводите ни и за цялата страна. Оценяваме всички фактори, които потенциално могат да повлияят на качеството на продуктите ни, като преминаваме през цялата верига на производство и доставки, включително

условия за съхранение. По този начин винаги сме готови да предприемем необходимите действия, за да държим качеството все така на първо място в нашите продуктови серии.

Здраве и калориен баланс

Във време на променящи се предпочитания на потребителите и нарастващи очаквания за общественото здраве, поемаме амбициозни ангажменти към Съюза на европейските асоциации на производителите на безалкохолни напитки, чрез които допринасяме за осигуряването на по-здравословен живот и благосъстояние за всички. Продължаваме да отговаряме на нуждите на потребителите, защото осъзнаваме нашата роля в постигането на целта на Европейския съюз за ускоряване на прехода към устойчиви хранителни системи.

България е сред водещите пазари по дял на газирани напитки без добавена захар* – 65,6%, с два пъти по-високо ниво на изпълнение спрямо средния дял в Европа. У нас, само 1 от всеки 5 напитки, които безалкохолната индустрия предлага, съдържа добавени захари. Резултатът е следствие от дългогодишните усилия на сектора у нас.

Безалкохолната индустрия
намали с

15.21%

калориите в продуктите си за
последните 5 години

Благодарение на усилията на
сектора по реформулиране са
консумирани

3497 тона

по-малко захар от потребителите

8.803 милиона Kcal
по-малко са консумирани през
2020 г.

Средно с **6.7%** е
по-малко захарта в 100 ml
напитка

Разчитаме на обратната връзка на нашите клиенти, защото тя ни помага постоянно да подобряваме качеството на продуктите си. Устойчивите резултати в областта "безопасност на храните и качество" са осигурени чрез внедряване на най-добрите практики и вътрешните изисквания на Групата Кока-Кола Хеленик, както и на ефективни системи за управление. Производствените ни центрове в Баня и в Костинброд са сертифицирани по стандартите ISO 9001, 14001, 22000, FSSC 22000 и ISO 45001 и притежават златен сертификат, потвърждаващ най-високото ниво на съответствие на AWS (Alliance for Water stewardship) стандарта. През 2020 година заводът ни в Костинброд получи сертификат за съответствие с изискванията на Rain Forest Alliance.

Иновации и технологии

Въвеждането на дигитални трансформации във всички бизнес процеси ни утвърждава като лидер не само сред Coca-Cola производителите в световен мащаб, но и в сектора на търговията с бързооборотни стоки.

Спечелихме вътрешна награда за Иновации на групово ниво (III-то място) за Програмата ни за почти загуби (near loss). Предотвратихме загуби в производството, възникване на инциденти и неспазване на вътрешни правила.

Работните ни процеси са разпределени в четири главни групи и докладването е улеснено чрез сканиране с мобилно устройство на QR код за съответната група.

Част от стратегията ни е да развиваме дългосрочно новите дигитални технологии с доказани ползи за бизнеса. Нашият подход е в посока дигитализация, продуктивност, повишаване на ефективността и качеството и намаляване използването на хартиените носители в полза на околната среда.

Грижа за клиентите

Въведохме иновативна система в Центъра ни за обслужване на клиенти, нова система за управление на търговски отстъпки и обновения система за управление на търговски договори. Освен това

разширихме обхвата на роботизирания софтуер, с което автоматизирахме ръчни процеси за повече от 8 000 часа годишно.

Грижа за потребителите

Въведохме нова интелигентна платформа за сегментиране на обектите, базирана на Big Data Advance Analytics. С нея използваме максимално наличните данни като продажби, данни за пазарно представяне, демографски, географски

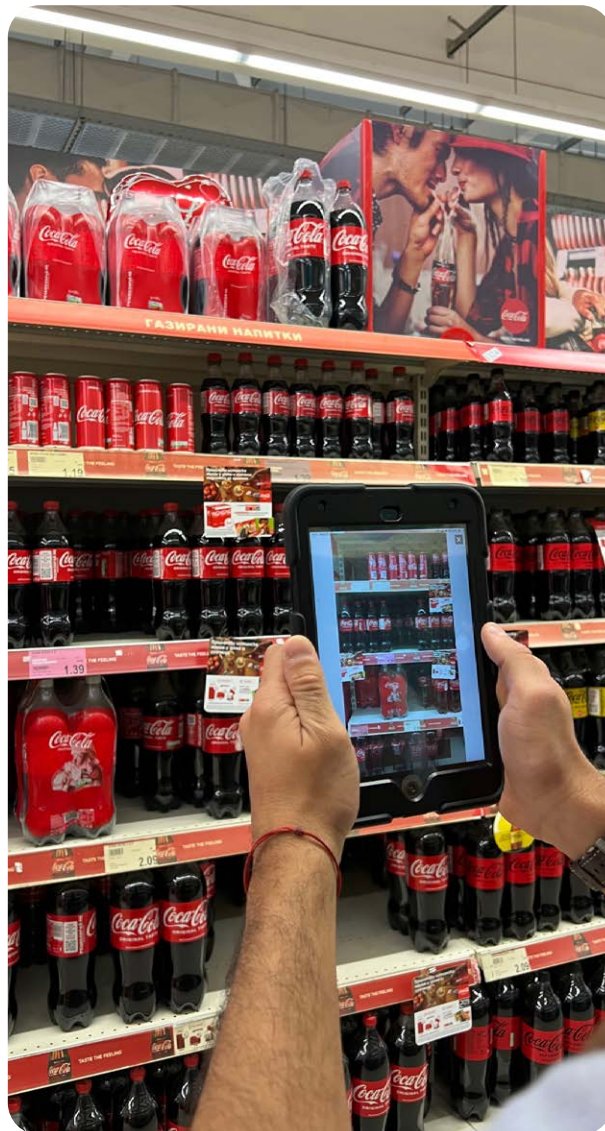
и статистически данни, за да предложим най-подходящите продукти за нашите клиенти. Така предлагаме и на нашите крайни потребители точно това, което търсят, както и нови интересни за тях предложения в обектите, които посещават.

Пазарно представяне

През 2021 г. първи на българския пазар за бързооборотни стоки, внедрихме авангардно решение, с цел подобряване на пазарното ни представяне и за да бъдем все по-близо до нашите клиенти и консуматори. Използваме Image recognition – решение от ново поколение, за да взимаме най-правилните решения за нашето устойчиво представяне на пазара. Така добиваме реална представа и мигновени данни за "дистрибуция", дял на продуктите и "качество на точките ни на продажба". Данните се калкулират автоматично на база снимки и са с високо ниво на точност и достоверност.

Дигитални документи и електронно подписване

Продължихме усилията си за повишаване ефективността на бизнес процесите, като въведохме цялостна дигитализация на документите в компанията. Това включва електронното подписване и автоматизация на множество документи при различни процеси с нашите клиенти. Не само увеличихме значително броя на електронните фактури, но направихме изцяло дигитални както договорите за хладилни съоръжения, така и търговските договори.



100% Vision Picking технология в складовете

Разширихме смарт технологията "Vision picking" във всичките си дистрибуционни центрове и складове. Иновативното решение подпомага продуктивността и качеството на миксиране на продукти в палети за нашите клиенти чрез смарт очила с камера и гласови команди.

Иновации в продуктовото портфолио



Сарпу Жоу Ябълка/Круша

Ябълка-Круша е новият вкус на САРПУ Жоу, имащ за цел да развие портфолиото на под-бренда, предлагайки нов, свеж и релевантен за българския консуматор вкус.

Сарпу Лимонади

САРПУ Лимонада е новото предложение в портфолиото на Сарпу, което има за цел да премиумизира категорията плодови напитки, развивайки сегмент Лимонади.

Сарпу Лимонади е с плодово съдържание от 11% лимонов сок, с витамин С, без консерванти, в 100% рециклируема бутилка (PET).

Лансира се на българския пазар във вкусовете Лимон и Лимон/Мента.





fuzeTea - Череша и Бъз

Студеният чай fuzeTea разширява своето портфолио с вкус Череша и Бъз през пролетта на 2021 година.

Предпочитанията на потребителите клонят към сладки и плодови вкусове. Взимайки това под внимание, fuzeTea Череша и Бъз е точната напитка, пусната в правилното време.

Вкусът, освен че е нов за категорията студен чай, но и улавя местните тенденции и потребителските предпочитания, с характерния за региона на България цвят от бъз.

Банкя – 1L В движение

On-The-Go поводът за консумация през последните години е в постоянен растеж. През 2021 г. спортът стана все по-нужен и търсен от потребителите.

Така опаковката от 1L PET в портфолиото на Банкя се превърна в най-подходящия избор на потребителите, когато са "в движение" и имат нужда от целодневна хидратация.

Удобна, по-здрава бутилка с лесен захват и уникален дизайн – са едва част от предимствата на новата Банкя 1L опаковка.





AQUARIUS – функционална напитка

AQUARIUS е функционална, хидратираща напитка, която дава жизненост и енергизира консуматорите, когато имат най-голяма нужда от това.

Освежаваща напитка с добавени минерали и естествени вкусове, среща нуждите на променящите се причини за консумация, когато потребителите имат нужда от нещо повече от вода.

Най-новото допълнение на водното портфолио идва през 2021 г. с двата си деликатни вкуса: AQUARIUS: Лимон и Цинк 400ml., AQUARIUS: Червен портокал и Магнезий 400ml.

Schweppes Pink Tonic Style

За да отговори на засилващия се тренд за миксиране на алкохолни с безалкохолни напитки и на двойния ръст в продажбите на розови джинове, през 2021 г. Schweppes представи на пазара продукт, подходящ както за самостоятелна консумация, така и с алкохол.

Новият Schweppes Pink Tonic Style е елегантна напитка с тръпчивия вкус на изразителните балончета, които освежават и правят незабравими както времето у дома, така и излизането с приятели.

Той е по-сладък и ароматен от обикновен тоник, но е с по-малко калории.





Schweppes Pomegranate

Новият вкус на Schweppes отговаря на нуждите на консуматорите на бранда да опитват нови напитки и да експериментират. Schweppes Нар изненада потребители през 2020г., разширявайки портфолиото на бранда с още едно предложение.

Fanta Tropical

Fanta, която винаги е цветна и изненадва потребителите с иновациите си, и през 2021г. предложи нов вкус на пазара, развивайки пъстрото си порфолио.

Новата Fanta Tropical с неустоимия си тропически вкус, носи със себе си свежест и така релевантната за Fanta консуматорите сладост.





Системата на Кока-Кола в България въведе у нас иновативната технология за опаковки KeelClip™. Фолиото, използвано досега за опаковането на Соса-Кола в мултипак от 6 кена, е заменено с картонената технология KeelClip™, към която се прикрепват кеновете и по този начин минимизира необходимостта от допълнителна опаковка.

Инициативата е част от ангажмента "Свят без отпадъци" за решения за опаковки, които са устойчиви и лесни за рециклиране.

Чрез въвеждането на това иновативно решение, в световен мащаб Кока-Кола ХБК ще може да спести

2000 тона пластмаса и
3000 тона въглероден диоксид

годишно на пазарите си в държави-членки на ЕС.

Въведохме прикрепени към бутилките капачки за марката минерална вода "Банкя". Новият дизайн на капачките е и поредният етап от пътя на Кока-Кола към устойчиви опаковки и глобалния ангажмент до 2030 г. да събира и рециклира по една бутилка или кен за всяка продадена бутилка или кен, както и да постигне по-успешен и бърз напредък по отношение намаляването на отпадъците от опаковки.

Новата технология е част от прехода на Кока-Кола в цяла Европа към изпълнение на разпоредбите в Директивата на ЕС относно намаляване на въздействието на определени пластмасови продукти върху околната среда.



COSTA COFFEE

България е първият Европейски пазар от 28-те страни в групата Кока-Кола ХБК, който лансира Costa Coffee в началото на 2020 г., след като Компанията Кока-Кола придоби марката през 2019 година.

Въпреки предизвикателствата за ХореКа сектора, през 2020 г. и 2021 г. постигнахме значими резултати.

През 2020 година продадохме общо

100 тона кафе

и постигнахме пазарен дял в ритейл сектора 1.5% и 50% разпознаваемост на марката.

През 2021 г. реализирахме обем от

236 тона кафе

2.5% пазарен дял в ритейл сектора и 57% познаваемост на марката.



Кока-Кола ХБК България предлага широка гама блендове и опаковки на Costa Coffee, както и най-високия клас обучение, обслужване и техническа поддръжка.



Алкохолното портфолио на компанията се радва на същинска експанзия по отношение на видове, цветове и марки, които са наслада за вкусовете, предпочитанията и желанието за разнообразие на всеки потребител. Въпреки предизвикателствата за HoReCa сектора, през 2020 г. и 2021 г. постигнахме значими резултати.



The Macallan

Представихме последното издание в изключително успешната серия Edition – Edition No. 6. Основата на успеха е фактът, че създаде голямо търсене сред колекционерите и цялото налично количество бе разпродадено в рамките на няколко дни.

Highland Park

Представихме поредното издание в серията Single Cask България – 1190 на първата за страната онлайн уиски дегустация.



Bickens Pink

Обогатихме джин портфолиото си с Bickens Premium Pink Gin, който съчетава в себе си над 300-годишна история, 10 билки от цял свят и естествен аромат на грейпфрут.

The Macallan

Представихме най-отлежалото уиски на българския пазар – The Macallan 78 Y.O. Red Collection – вдъхновени от значението на червения цвят в историята на марката.





Представихме новата ежегодна лимитирана серия The Harmony Collection. Rich Cacao е първото издание в новата лимитирана серия. Името на серията е вдъхновено от идеята на марката да живее в хармония с природата и опита ѝ да създаде устойчива опаковка.

Highland Park

Представихме поредното издание в серията Single Cask България – 1205. Highland Park продължава уникалната лимитирана серия, посветена на българската история. Проектът е вдъхновен от факта, че България е една от най-старите държави в Европа, която никога не е променяла името си. Този проект е уникален в световен мащаб с тематиката си и с факта, че за първи път марката пуска на пазара продукти с етикет на кирилица.



Naked Malt

Променихме визията на бутилката, а марката вече се казва Naked Malt.

The Famous Grouse

Направихме първата национална консуматорска кампания, откакто ССНВС дистрибутира марката, под надслов "Ела в света на Феймъс". В кампанията отчетохме 2 600 регистрации и 230 печеливши потребители.





Glendalough

Стартираме партньорството си с ирландския крафт производител на алкохолни напитки Glendalough със следното портфолио:

- За първи път имаме ирландско уиски в портфолиото с двете невероятни експресии – Glendalough Double Barrel и Glendalough Pot Still.
- Допълнихме джин портфолиото си с два изключителни ирландски джина – Glendalough Wild Botanical Gin и Glendalough Rose Gin.

Jägermeister Manifest

Приветстваме новия член в семейството на Jägermeister в България – Jägermeister Manifest





Развитие на младежта

Подкрепата на младите е сред основните приоритети на Системата на Кока-Кола. Вярваме, че основна стъпка към по-добро бъдеще е качественото образование, развиването на потенциала на младите хора и тяхната подготовка за успешен кариерен път.

10 000 младежи

преминаха през обучения за повишаване на своята работоспособност в рамките на програмата #YouthEmpowered през последните две години.

75 служители на

системата на Кока-Кола допринесоха с 279 часа доброволчество по програмата #YouthEmpowered, което се равнява на почти 35 работни дни.

Специалисти от екипа на Кока-Кола ХБК България всяка година подкрепят младежи в тяхното професионално развитие чрез специализирани уебинари, кариерни

следобеди и обучения за повишаване на личностни умения и бизнес компетенции в областите: продажби, финанси, бизнес планиране, управление на проекти и други.

Цели за 2025 г. на
Групата Кока-Кола
Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към
2019 г.**

Развитие към
2020 г.**

Развитие към
2021 г.**

Колко ни остава
до целта***

Да обучим

1 МИЛИОН

младежи по
програмата
#YouthEmpowered*



3 054
младежи

5 187
младежи

4 709
младежи



28%
до целта

Програмата #YouthEmpowered



Целта на програмата #YouthEmpowered е развиване на умения сред младите хора, които да им позволят плавното навлизане на пазара на труда след завършване на образованието им, както и успешната им реализация в страната след това. През последните години трансформирахме програмата изцяло в дигитален формат.

Партнираме си с Джуниър Ачийвмънт България, Заедно в час, SoftUni Digital, Teen Station и с редица университети в страната, като работим с младежи на възраст 16-26 години. Програмата е фокусирана върху

три основни целеви групи:

- ученици в основен етап на образование от училища с висок процент на отпадане от образователната система
- ученици в последните години на гимназиално образование, с цел превенция от бъдещо отпадане от образователната система и пазара на труда
- студенти, с фокус върху повишаване на мотивацията и квалификацията за успешен кариерен старт.

Какво казват МЕНТОРИТЕ за програмата YOUTHEMPOWERED:



Участието ми в #YouthEmpowered като ментор определено ми помогна да доразвия комуникацията си със следващото поколение. Също така се запознах с бъдещите колеги и лидери. Определено съм обнадяван и мотивиран още повече да помогна с колкото мога за опазването на околната среда, за да може следващото поколение да се фокусира повече върху сбъдването на своите мечти, а не върху поправянето на нашите грешки.

Трябва да комуникираме помежду си, трябва да споделяме, да мечтаем заедно, да спорим помежду си. Програмата #YouthEmpowered ни позволява да комуникираме точно по този начин с нашето бъдеще, което, само по себе си, е нещо огромно!"

Венцислав Къчовски,
Ръководител отдел „Околна среда“ в Кока-Кола ХБК България



Срещата с млади и жадни за знания хора винаги ме е вдъхновявала. Винаги след такива срещи съм заредена с положителни емоции и амбиция да давам повече и повече. От тези сесии винаги научавам какво вълнува младите хора, как могат да бъдат мотивирани и какво ние като специалисти и хора трябва да правим, за да отговорим на техните желания и мотивация."

Надежда Маркова,
Ръководител на отдел "Плащания"
в Coca-Cola Hellenic Business Services Organization

Какво казват УЧАСТНИЦИТЕ за програмата YOUTHEMPOWERED:



Участието в програмата ми донесе много позитиви. Запознах се с голям брой интелигентни и амбицирани млади хора, търсещи нови знания, като с част от тях продължаваме да поддържаме връзка и до днес. Освен нови запознанства, от програмата получих и голяма мотивация за професионално развитие. Общата ми култура стана много по-всеобхватна, а кариерните ми умения се подобриха неколkokратно, в резултат на което след по-малко от година ще започна работа в една от най-известните транспортни компании. Програмата YouthEmpowered е невероятна възможност за всеки млад човек, търсец професионално развитие, независимо от сферата. Благодарение на завладяващите лектори, всички участници се включват в сесиите с голямо желание, а придобитите знания и умения са реално приложими."



Благодарение на програмата YouthEmpowered успях да се запозная с наистина успели хора, мениджъри, чиито житейски и професионален опит ме вдъхновиха, че в живота няма невъзможни неща и че провалът не означава край, а е просто една възможност да започнеш отново, но този път по-интелигентно. Малките ежедневни подобрения водят до изумителни резултати в бъдеще и най-разумната инвестиция е инвестицията в себе си."

Дигитална академия на Кока-Кола в SoftUni Digital и платформата Teen Station

През 2020 г. беше реализирана първата Дигитална академия на Кока-Кола в SoftUni Digital, с която компанията си постави нови амбициозни цели за повишаване на квалификацията и подкрепа на кариерното развитие на младите хора в България, като сподели опыта и знанията на служителите си с все по-голям брой младежи.

През 2021 г. създадохме съдържание "от младежи за младежи" с фокус върху личностното развитие. В авторски подкаст "От А до Я" – част от младежката медийна платформа Teen Station – слушателите се срещнаха с интересни личности, които ги вдъхновиха за успешен кариерен старт.

СЛУШАТЕЛИТЕ на подкаста за програмата #YouthEmpowered

“

Подкастът От А до Я ме накара да следя всичко, което правят моите връстници от Teen Station. Супер е, че има такава медия, която говори за проблемите, които ни вълнуват. Без аналог!”

“

Слушам Юли редовно. Тези подкасти ме запалиха да мисля и аз да правя записи. Опитах да направя поредица за професионалното ориентиране. Не ми се получи, защото май не съм толкова добър във воденето на разговори, но поне опитах :)”

“

Следя епизодите от поредицата и съм слушала всички. Абсолютният ми фаворит е епизодът, посветен на бърнаутите. Явно не подминава и младите хора. Много ценни съвети и споделен опит. Освен това мога да слушам, докато спортувам или се катеря в планината.”





Инвестиции в обществото

Фокусираме се върху подкрепата на местните общности чрез осъществяване на различни партньорства, дарителски кампании и чрез осигуряване на менторска и финансова подкрепа. Вярваме, че в трудни моменти най-важни са действията. През 2020 г. заедно преминахме през едно от най-големите изпитания, което ни

изправи пред трудни житейски и икономически предизвикателства и пред огромна отговорност за здравето и живота на хората. Системата на Кока-Кола в България фокусира енергия, ресурси и действия върху осигуряването на безопасността на своите служители и подкрепата на местните общности.

Дарения на продукти

ЩЕ СЕ СПРАВИМ ЗАЕДНО



В името на кампанията "Ще се справим заедно" се включихме с безвъзмездни седмични доставки на безалкохолни напитки и вода на медицинските работници на първа линия в 27 болници в страната. Предоставихме над 140 000 литра напитки на полицейските служители на контролно-пропускателните пунктове в София, Костинброд и Баня, както и на възрастни хора чрез Социалния патронаж в Костинброд и Баня.

Финансова подкрепа

Фондация Кока-Кола подкрепи инициативата на "Обединени срещу COVID-19", за да помогне на най-уязвимите хора в обществото – самотни възрастни или хора в домове за възрастни, деца и младежи в риск, самотни родители, жертви на домашно насилие,

бездомни хора, хора с хронични заболявания или със специални нужди, лекари и medici на първа линия и други. Само в първия етап на програмата са одобрени 74 проекта, между които се разпределят 673 984 лв. В него участваха общо 437 кандидати.

За да бъде един бизнес успешен, общностите, в които той функционира, трябва да се развиват. Партнираме си по проекти с неправителствени организации, местни институции, чуждестранни камари, работодателски, браншови и други организации. За нас е важно да изграждаме дългосрочни взаимоотношения, които се основават на прозрачност и спазване на етичните правила.

Цели за 2025 г. на
Групата Кока-Кола
Хеленик (спрямо 2017 г.)

Развитие към
2019 г.

Развитие към
2020 г.

Развитие към
2021 г.

Колко ни остава
до целта

Да участваме в
20 партньорства за
"Свят без отпадъци"

От 13 години
организираме
инициативата
"Моят зелен град"
в партньорство с
Екопак

Поради
извънредната
обстановка не
са организирани
масови
мероприятия

Поради
извънредната
обстановка не
са организирани
масови
мероприятия

През 2022г.
предстои
провеждането на
15^{то} издание на
инициативата "Моят
зелен град"

10%

от служителите
да участват в
доброволчески
инициативи

43%

3%

4%



6%
до целта



Партньорства

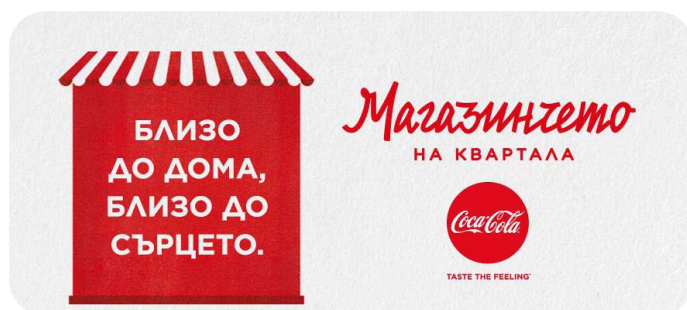
Присъединихме се към съвместната инициатива на нашия партньор верига магазини "Фантастико" и Столична община, която предоставя топъл обяд на хора в нужда. Благодарение на обединените усилия

на 10 компании инициативата се провеждаше всеки ден до края на извънредното положение. Бяха раздадени общо 330 броя менюта топъл обяд на социално слаби хора.



През м. април 2020 г. преустановихме рекламната си комуникация, за да насочим усилията си в подкрепа на най-нуждаещите се. За тази цел предоставихме предплатените си рекламни пространства в страната на Българския Червен кръст, като подкрепихме инициативата с дизайн и производство на комуникационни материали. До 17 май кампанията на БЧК "Заедно срещу COVID-19" бе представена на 238 рекламни позиции в цялата страна. В рамките на кампанията успяхме да допринесем с над 62 000 лв. в подкрепа на общността в България и на най-засегнатите от пандемията.

Подкрепа за малкия бизнес



Системата на Кока-Кола в България стартира инициатива в подкрепа на малките търговци в страната и усилията им за справяне с икономическите последици от пандемията COVID-19. Кампанията "Магазинчето на квартала" е част от усилията ни за подкрепа на местните общности и клиентите, с които работим и за които компанията е дългогодишен и доверен бизнес партньор. Кампанията започна през юни 2020 г. и продължи през цялата 2021 година. През първата година в нея бяха включени 500 селектирани малки търговски обекта в цялата страна, които подкрепихме със

110 000 лева. През втората година добавихме още 1 200 обекта и инвестирахме 285 000 лева. В рамките на инициативата търговските обекти получиха инвестиция под формата на необходим инвентар, с помощта на който да развият и облагородят бизнеса си. Освен това в продължение на няколко месеца търговските представители на Кока-Кола ХБК България подкрепяха собствениците на малки магазини с експертизата и знанията си. По този начин подпомогнахме търговците да задържат старите си клиенти и да привлекат нови, въпреки затрудненията.

Отговорен маркетинг

Компанията е ангажирана и спазва Кодекса за етикетирание и маркетинг на енергийни напитки, като член на Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България:

- без текст, който да насърчава смесването им с алкохол;
- с отбелязване "Високо съдържание на кофеин";

- с препоръка "Консумирай умерено" и
- "Не се препоръчва за деца, бременни или кърмещи жени, хора, които са чувствителни към кофеин".

Ние не продаваме енергийни напитки в училищния канал и не ги предлагаме за дегустиране в близост до училища или по време на мероприятия за деца.

Винаги подхождаме отговорно при представяне на продуктите си пред потенциални потребители. Маркетинговата ни стратегия се базира на етични правила и ангажменти, залегнали и във вътрешната ни Политика за отговорен маркетинг. Ние сме сред първите компании в Европа, които се ангажират да не рекламират директно към лица под определена възраст и контролираме продажбите си в училищни заведения, така че да предлагаме най-подходящите продукти за подрастващите.

Компанията е сред първите в Европа, които доброволно се ангажират с принципите на отговорен маркетинг към определени аудитории. Ние не рекламираме директно към деца под 13-годишна възраст и спазваме неотклонно този ангажмент, като проследяваме съответствието му с нашата вътрешна Политика за отговорен маркетинг. Участваме активно в Етичната комисия към Асоциацията на

производителите на безалкохолни напитки и се обвързваме с приетите от нея ангажменти. Наш представител е част от Националния съвет по саморегулация. Участваме в одити от трети страни, за да проверяваме как спазваме поетите ангажменти. Резултатите ни окуражават да продължаваме усилията си и ни показват, че следваме правилната посока.

В качеството си на член на Асоциацията на производителите, вносителите и търговците на спиртни напитки в България, ще продължим активно да участваме в:

- създаването и следването на национална политика за развитие на сектора в страната;
- в усилията да се противодейства срещу прекомерната (зависима) и неправомерната (под 18 г.; шофиране в нетрезво състояние; бременни) употреба на алкохол. Асоциацията подкрепя и Хартата за отговорна продажба и комуникация на спиртни напитки в България.

Системата на Кока-Кола в България

Централният офис на Кока-Кола Хеленик България се намира в София, а двата ни производствени центъра са в Костинброд (за безалкохолни напитки) и Банкя (за минерална вода). Компанията разполага със 7 дистрибуционни центъра в страната. Офисите на Кока-Кола България, Coca-Cola Europacific Partners Shared Services, Coca-Cola Hellenic Business Services Organization, Coca-Cola Hellenic Group IT Services също се намират в гр. София.

Кока-Кола Хеленик
Ботълинг Къмпани
България

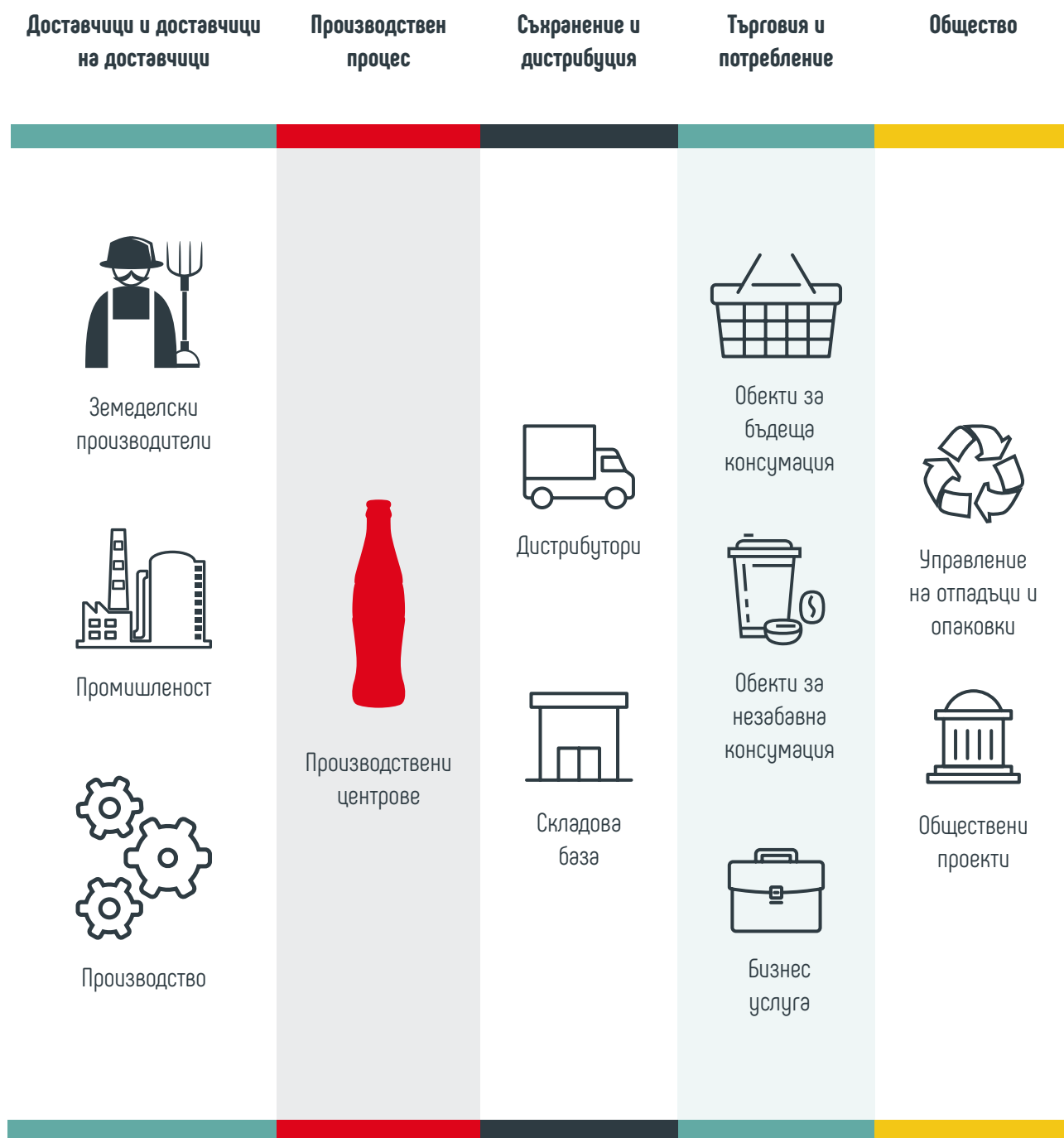
The Coca-Cola
Company

Coca-Cola Europacific
Partners Shared
Services

Coca-Cola Hellenic
Business Services
Organization

Coca-Cola Hellenic
Group IT Services

Пътят на продуктите ни:



Работата ни по този път е съпътствана от:

1. Непрестанно оптимизиране на производствената ни инфраструктура
2. Задоволяване на променящите се предпочитания на потребителите
3. Подобряване на ефективността.

Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България

е част от групата на Кока-Кола Хеленик и от Системата на Кока-Кола в България. Кока-Кола ХБК България е 99% собственост на Coca-Cola Beverages 2 Netherlands и по-малко от 1% – на ТПК Тексим Пловдив.

През 1992 г. се основават местните офиси на Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани и на The Coca-Cola Company – Кока-Кола България ЕООД. През 2004 г. Групата Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани открива първия си център за споделени услуги в областта на информационните технологии (Кока-Кола Хеленик Груп Ай Ти Сървисис), а през 2011 г. компанията основава в България втори такъв център, този път в областта на финансите и човешките ресурси (Кока-Кола Бизнес Сървисис Организейшън).

Портфолиото на Кока-Кола ХБК България е сред най-силните, богати и гъвкави в сектора на напитките и предлага водещи сред потребителите марки в категориите газирани напитки, сокове, вода, спортни, енергийни, на растителна основа, готов за консумиране чай, кафе, газирани за възрастни, и висококачествен алкохол. Продуктите на компанията задоволяват все по-голямо разнообразие от вкусове с по-широк избор от по-здравословни варианти, висококачествени продукти и все по-устойчиви опаковки.

Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България купува концентратите и сиропите за производството на напитките по споразумение за франчайзинг с The Coca-Cola Company. Кока-Кола ХБК България отговаря и за продажбата на продуктите, отношенията с клиенти и доставчици, реализирането на промоции и дистрибуцията на продуктите.

Към 2021 г. Кока-Кола ХБК България работи с над 200 дистрибутори в България.

През 2021 г. стартира сделка на глобално ниво за придобиване на бутилиращия бизнес в Египет и така страната стана 29-тият член на групата.

The Coca-Cola Company – Кока-Кола България е дъщерното дружество на Компанията Компанията Кока-Кола притежава над 500 марки и предлага разнообразно портфолио в повече от 200 страни по света. В допълнение на едноименните Coca-Cola марки, заедно с Fanta, Sprite и Schweppes, портфолиото включва и някои от най-ценените марки в света, като напитки от соя, студени чайове,

вода, сокове и нектари, кафе, спортни напитки, смутита, кокосова вода и много други. Компанията непрестанно развива и трансформира своето портфолио, от намаляването на захарта в напитките до въвеждането на нови и иновативни предложения. Повече за компанията в България можете да научите на www.coca-cola.bg или като посетите глобалното онлайн списание на www.coca-colacompany.com.

Coca-Cola Europacific Partners

е компания, която оперира в 29 страни в Западна Европа, Австралия, Тихоокеанския регион и Индонезия. Coca-Cola Europacific Partners Services Bulgaria предоставя споделени финансови услуги за 13 западноевропейски страни, включително Андора, Белгия, Франция, Германия, Великобритания, Исландия, Люксембург, Монако, Холандия, Норвегия, Португалия, Испания и Швеция. Компанията не бутилира и не продава в България, но разработи своя споделен финансов център в страната през 2013 година в София, а през 2019 г. отвори и нов офис във Варна.

Coca-Cola Hellenic Business Services Organization

– център за бизнес услуги, който е създаден през 2011 г. в София и подпомага групата Кока-Кола Хеленик чрез централизирани дейности в областта на финанси и счетоводство, човешки ресурси и управлението на основни бази данни. В компанията работят над 600 професионалисти, които на годишна база помагат обслужването на 66 000 клиенти, обработват над 600 000 фактури от 43 000 доставчици; също така обработват над 120 000 поръчки за покупка и изготвят вътрешните финансови отчети за 38 компании в групата. Екипите "Човешки ресурси" съдействат в администрирането на процеси за над 20 000 служители на групата, в това число и отразяване на организационните промени.

Coca-Cola Hellenic Group IT Services

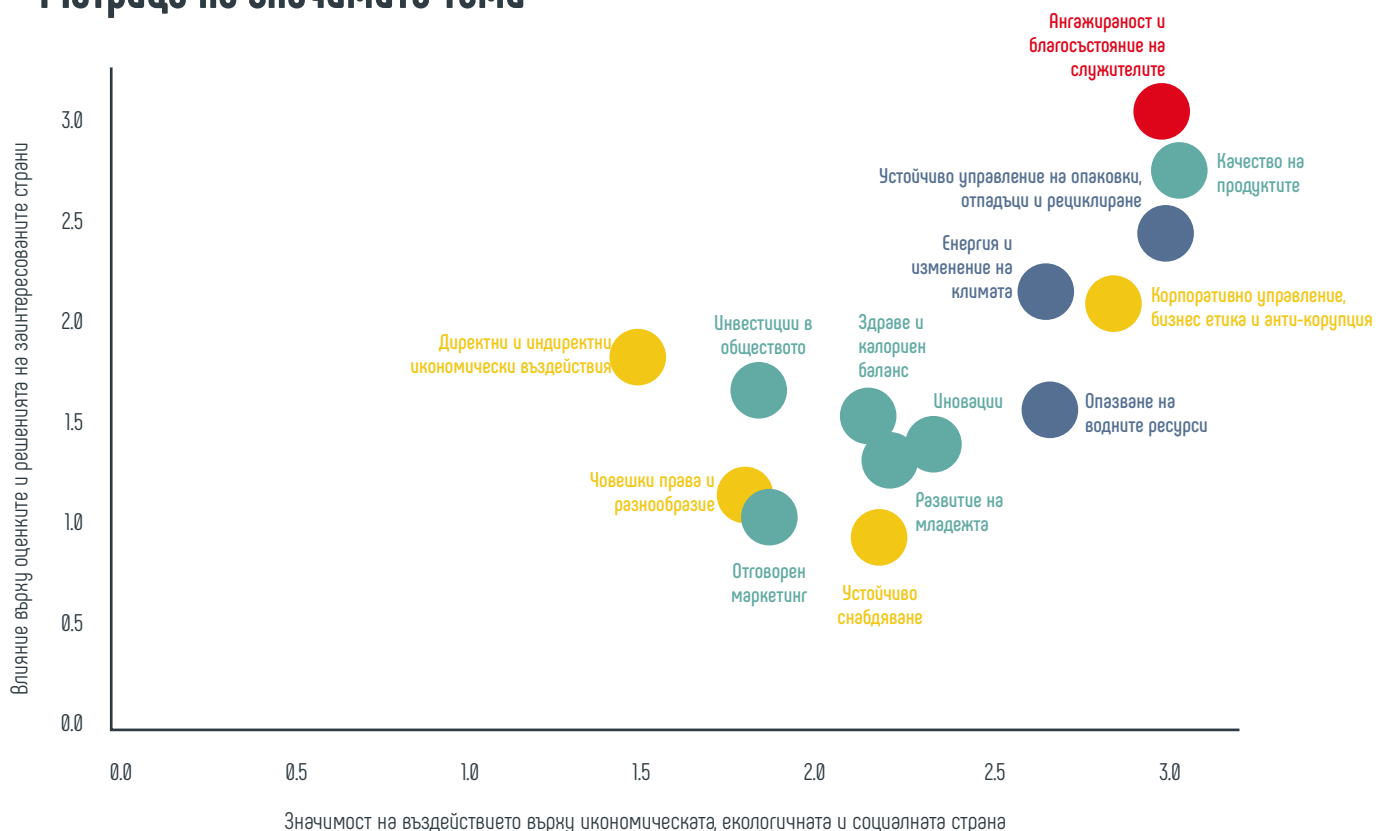
е част от организацията за Business Solutions and Systems (BSS). BSS е място, на което технологиите и процесите са смесени, за да създадат конкурентно предимство за нашата компания. Ролята на компанията е да улеснява нарастващите трансакции чрез технологии.

КАКВО Е ВАЖНО ЗА НАС И ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ НИ СТРАНИ

Оценка на значимите теми

Ние дефинираме устойчивото управление като познаване на важните за нашите заинтересовани страни теми. В неразделна част от доброто управление са се превърнали теми, свързани с въздействията ни върху околната среда, социални или икономически въпроси.

Матрица на значимите теми



● Корпоративно управление

● Човешки капитал

● Околна среда

● Социална среда

За доброто управление на тези теми изграждаме взаимоотношения, в чиято основа се стремим да поставим доверието. Поддържаме активен диалог с акционери, клиенти, потребители, служители, институции, бизнес партньори чрез различни канали:

Служители

Провеждаме ежегодно проучване на ангажираността; търсим регулярна обратна връзка; адресираме оплаквания; използваме поверителен начин за подаване на сигнали

Партньори

Създаваме съвместни проекти и поставяме общи бизнес цели;

Доставчици

Прилагаме изисквания за качество и провеждаме одити; правим предварителен скрининг;

Дистрибутори

Регулярно проучваме удовлетвореността на дистрибуторите;

Клиенти

Провеждаме регулярни срещи; подкрепяме ги с информация за пазара и маркетингови кампании;

Потребители

Адресираме оплакванията им; ежегодно проучваме каква е удовлетвореността им;

Държавни институции

Участваме в регулярни срещи, консултативни съвети и експертни комисии, форуми, събития и кръгли маси; подкрепяме партньорски проекти;

Асоциации

Участваме във взимането на решения; подкрепяме с ресурси за реализиране на инициативите на асоциациите, в които компанията членува;

НПО

Подкрепяме инициативи, свързани с младежи, образование и околна среда; създаваме и реализираме съвместни проекти;

АНГАЖИМЕНТИ И ЧЛЕНСТВА

Нашата компания е член на редица организации, благодарение на които успешно реализира своите ангажменти:

1. UNESDA

- Намаляване на калориите в напитките ни с 10% между 2015 и 2020 г.
- Намаляване на средното съдържание на добавена захар в безалкохолните напитки¹ с още 10%² за периода 2019-2025 г.
- Не продаваме продукти с добавена захар в училища.

2. EU Pledge – "Хартата за отговорна комуникация" е доброволна инициатива на водещи компании в областта на производството на храни и напитки, чиято цел е да промени начина, по който се прави реклама, насочена към децата.

3. АСОЦИАЦИЯ НА ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ НА БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ В БЪЛГАРИЯ (АПБНБ)

- Подпомагаме създаването и развитието на среда, в която всички компании от сектора могат да посрещат потребностите и да удовлетворяват нуждите на потребителите и обществото, като същевременно се конкурират ефективно за устойчив растеж.
- Популяризиране на нуждата от разумна консумация, включване на калорийна информация за продуктите.
- Създаване на етичен кодекс за маркетинг и етикетирание на енергийни напитки.
- Промотиране ролята на индустрията в опазването на околната среда и нейната социална и икономическа значимост;
- Постигане на пълен кръгов модел "от бутилка в бутилка" на използваните от индустрията опаковки
- Сътрудничество в създаване и засилване връзките с партньорите по веригата на стойността и отговорността.

4. АСОЦИАЦИЯ НА ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ, ВНОСИТЕЛИТЕ И ТЪРГОВЦИТЕ НА СПИРТНИ НАПИТКИ (АПВТСН)

- Отговорни продажби, маркетинг и комуникационни принципи за алкохолните ни напитки.

5. СДРУЖЕНИЕ "ХРАНИ И НАПИТКИ"

- Създаване и реализиране на инициативата "ПЛАСТИК ПАКТ България", която обединява браншови организации, фирми и държавни институции с цел намаляване на отпадъците от пластмасови опаковки и оползотворяването на пластмасата като суровина в търговата икономика на България.

6. ЦЕЛИ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ГРУПАТА КОКА-КОЛА ХЕЛЕНИК

СДРУЖЕНИЕ "ХРАНИ И НАПИТКИ"

Учредено през 2018 г., сдружението "Храни и напитки България" има като основна цел, в условията на пълна прозрачност, да работи за създаването на по-благоприятна среда за развитие на хранителната индустрия в България, като обединява и представлява интересите на български и чуждестранни производители, дистрибутори и вносители на храни и напитки.

Сдружението ще се стреми да бъде гласът на хранително-вкусовата промишленост пред обществото и институциите, като обединява и популяризира позициите на своите членове в области като безопасност на храните и научните изследвания, здравословното хранене, доверието на потребителите, конкурентоспособност и екологична устойчивост, подобряване на регулаторната рамка и засилване на саморегулацията.

Основателите на Сдружението са едни от най-големите международни и местни компании, които работят в България.

Сдружението "Храни и напитки България" е пълноправен член на [FooddrinkEurope](#) – най-влиятелната европейска организация в сектора хранително-вкусова промишленост.

АСОЦИАЦИЯ НА БЕЗАЛКОХОЛНАТА ИНДУСТРИЯ В СТРАНАТА

АПБНБ представлява над 70% от пазара на безалкохолни напитки, включително и бутилирани води. Учредена през 1996 година, АПБНБ е дългогодишен член на европейските браншови структури на бутилировачите на вода (EFBW), на производителите на безалкохолни напитки (UNESDA). През май 2017г. АПБНБ е официално приета в Европейската асоциация на производителите на сокове и нектари (AIJN). Асоциацията е признат и утвърден отговорен партньор на държавата в дефинирането на секторни политики и прилагането на инструменти в подкрепа на устойчивото, конкурентоспособно и проспериращо развитие на сектора. Производителите на безалкохолни напитки и бутилирани води създават над 266 млн. лева добавена стойност на година. Допълнително те инвестират в местни ресурси на обща стойност близо 411 млн. лева, показва изследване, изготвено от Института за пазарна икономика.

СДРУЖЕНИЕ "СПИРИТС БЪЛГАРИЯ"

"Асоциация на производителите, вносителите и търговците на спиртни напитки" е представителна браншова организация, която членува в авторитетния европейски представителен орган на производители и търговци на спиртни напитки spiritsEUROPE и в Националния съвет по саморегулация. Основна цел на сдружението е създаването на национална политика за развитие на сектора в страната, но също така борбата с прекомерната (зависима) и неправомерната (под 18г.; бременни) употреба на алкохол. Сдружението се обединява около Харта за отговорна продажба и комуникация на спиртни напитки в страната.

AIBEST

Асоциация за иновации, бизнес постижения, услуги и технологии, преди това Българска аутсорсинг асоциация, е независима браншова организация, чиято цел е да развива България като лидер за продукти, услуги, решения, иновативни знания, разпознавана в цял свят дестинация за образовани таланти. Асоциацията обединява компании от всички сфери на индустрията на съвременните бизнес услуги – компании, предлагащи услуги, свързани с BPO, ITO, KPO, LPO, HRO и др.

ЗА ДОКЛАДА

Това е шестият доклад за устойчиво развитие на системата на Кока-Кола в България. Тя се състои от 5 юридически лица: Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България, Кока-Кола България, Coca-Cola Europacific Partners Shared Services, Coca-Cola Hellenic Business Services Organization и Coca-Cola Hellenic Group IT Services.

Информацията в доклада представя целите, начина на управление и резултатите, постигнати по отношение на най-важните теми за компанията и заинтересованите ѝ страни за периода 1 януари 2020 г. – 31 декември 2021 година. При създаването на доклада е следвана методологията на GRI Standards, в съответствие с "Core" опцията им. Не е верифициран от трета страна.

Докладът е изготвен в партньорство с denkstatt България – консултантска компания с дългогодишен опит в областта на ESG, декарбонизация, кръгова икономика и оценка на въздействието.

**В случай че имате допълнителни въпроси или
обратна връзка по отношение на доклада,
можете да пишете на:**

racbg@cchellenic.com

ПРИЛОЖЕНИЯ

GRI Content index

GRI 102: Основи 2018		GRI 102 се използва от организацията за докладване на контекстуална информация - за себе си и за своите практики за докладване, свързани с устойчивостта на бизнеса		
Сфера	GRI индикатор	Глава от доклада	Страница	Коментар
	102-1	Име на организацията	Системата на Кока-Кола в България	57-59
	102-2	Дейности, марки, продукти и услуги	Общество	36-48
	102-3	Местоположение на централата	GRI Index	гр. София, ул. Рачо Петков Казанджията 8
	102-4	Местоположение на операциите	Системата на Кока-Кола в България	57-59
	102-5	Собственост и правна форма	Системата на Кока-Кола в България	57-59
	102-6	Поддържани пазари	Системата на Кока-Кола в България	57-59
Профил на организацията	102-7	Масщаб на организацията	Социо-икономически резултати и въздействие	5-6
	102-8	Информация за служителите и други работници	Нашият екип	17-22
	102-9	Верига на доставките	Системата на Кока-Кола в България	57-59
	102-10	Значителни промени в организацията и нейната верига на доставки	Общество	Дистрибуция на нова категория продукт - Costa Coffe
	102-11	Предпазен принцип или подход	Социо-икономически резултати и въздействие	5-6
	102-13	Членство в асоциации	Ангажменти и членства	62-63
Стратегия и анализ	102-14	Изявление на висшия ръководител	Обръщение на изпълнителния директор	3-4
Етика и интегритет	102-16	Стойности, принципи, стандарти и норми на поведение	Стратегическа рамка на управление	8-9
	102-18	Управленска структура	Системата на Кока-Кола в България	57-59

Ангажиране на заинтересованите страни	102-40	Списък на групите заинтересовани страни	Какво е важно за нас и заинтересованите ни страни	60-61	
	102-41	Споразумения за колективно договаряне	GRI Index		Няма колективно договаряне във фирмата
	102-42	Идентифициране на заинтересовани страни	Какво е важно за нас и заинтересованите ни страни	60-61	
	102-43	Ангажиране на заинтересованите страни	Какво е важно за нас и заинтересованите ни страни	60-61	
	102-44	Основни теми и въпроси повдигнати от заинтересованите страни	Какво е важно за нас и заинтересованите ни страни	60-61	
Практика на докладване	102-45	Субекти, включени в консолидирания финансов отчет	Системата на Кока-Кола в България	57-59	
	102-46	Дефиниране на съдържанието на отчета и на обхвата на темите	Системата на Кока-Кола в България	57-59	
	102-47	Списък на значимите теми	Какво е важно за нас и заинтересованите ни страни	60-61	
	102-48	Поправки на информация	Приложения	65	
	102-49	Промени в отчитането			Няма промени в отчитането
	102-50	Отчетен период	За доклада	64	
	102-51	Дата на последния доклад			Доклад за устойчиво развитие на Системата на Кока-Кола в България за 2019
	102-52	Цикъл на докладване			Ежегодно докладване
	102-53	Лице за контакт за въпроси относно доклада	За доклада	64	
	102-54	Съответствие със стандартите на GRI	За доклада	64	
	102-55	GRI Content Index	Приложения	65-66	
	102-56	Проверка от трета страна	За доклада	64	

GRI Content Index: Specific Disclosures

Значими теми	Глава от доклада	Страница	Коментар
Корпоративно управление			
Корпоративно управление, бизнес етика и антикорупция	Корпоративно управление, Приложения	12-13, 69	
Директни и индиректни икономически въздействия	Социо-икономически резултати и въздействия, Приложения	5-6, 66	
Човешки права и разнообразие	Корпоративно управление, Приложения	14, 68	
Устойчиво снабдяване	Корпоративно управление, Приложения	15-16, 66	
Човешки капитал			
Ангажираност и благосъстояние на служителите	Нашият екип, Приложения	18-22, 68	
Околна среда			
Устойчиво управление на опаковки, отпадъци и рециклиране	Околна среда, Приложения	29-30, 67	
Енергия и изменение на климата	Околна среда, Приложения	24-28, 67	
Опазване на водните ресурси	Околна среда, Приложения	31-34, 68	
Социална среда			
Качество на продуктите	Общество, Приложения	36, 69	
Иновации	Общество	38-48	
Здраве и калориен баланс	Общество, Приложения	37, 69	
Развитие на младежта	Общество	49-52	
Инвестиции в обществото	Общество, Приложения	53-55, 66	
Отговорен маркетинг	Общество	56	

Ключови показатели за изпълнение

Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България АД

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021
Пазар				
Приходи	хиляди лева	457 801	357 424	399 436
Залплати и разходи за служители	хиляди лева	36 799	33 635	36 609
Осигуровки	хиляди лева	3 984	4 957	5 066
Данъци и такси	млн. евро	43	37	43
Инвестиции в обществото	хиляди лева	346	116	194
Инфраструктурни проекти в Костинброд и Банкя	хиляди лева	6 259	9 386	12 245

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021
Дял на плащанията към местни доставчици	%	71	75	71
Околна среда				
Материали				
РЕТ	тон	7 874	5 048	8 038
б-РЕТ	тон	1 078	0	0
Пластмаса - капачки	тон	544	460	435
Пластмаса - етикети	тон	126	104	124
Пластмаса - фолио	тон	902	829	839
Метал	тон	342	237	203
Съкло	тон	2 811	1 738	0
Алуминий	тон	35	24	21
Хартия	тон	147	120	73
Общо опаковки	тон	13 858	8 559	9 734
Общо опаковки спрямо произведено количество напитка	гр/литър произведена напитка	40	28	32
Картон	тон	691	431	659
Дърво	тон	114	0	0
Отпадъци от производствените центрове				
Депониран неопасен отпадък	кг	128 000	90 143	75 278
Рециклиран неопасен отпадък	кг	2 719 000	2 213 937	2 135 999
Оползотворен отпадък (чрез изгаряне)	кг	505 000	511 860	312 000
Опасен отпадък	тон	44	48	79
Разливи	кг	0	0	0
Енергия				
Електричество	МJ	78 725 131	65 798 968	63 539 887
Природен газ	МJ	41 000 981	33 136 383	30 689 614
Дизел за отопление	литри	12 493	3 670	4 120
Пропан-бутан*	МJ	-	446 000	471 500
Енергия от възобновяеми източници	МJ	24 360 710	39 679 802	45 857 845
Интензитет на енергийно потребление	МJ/ литър произведена напитка	0.35	0.33	0.31
Емисии на парникови газове				
Общо количество директни емисии на парникови газове	тон CO ₂	6 154	4 957	4 689
Индиректни емисии на парникови газове от енергийни източници	тон CO ₃	6 067	3 484	1 992
Други емисии на парникови газове	тон CO ₄	134 131	127 283	101 215

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021
Уntenзитет на емисиите на парникови газове (вкл. Scope 1 + 2)	гр CO ₂ /литър произведена напитка	35	28	22
Вода				
Уntenзитет на водно потребление	литър/литър произведена напитка	1.68	1.65	1.60
Вода от общини	литри	467 664 001	392 219 400	383 741 000
Вода от кладенци	литри	115 015 000	105 427 000	177 510 000
Рециклирана вода	литри	42 952 000	31 045 000	36 064 000
% Рециклирана вода	%	7.4	6.2	6.4
Отпадъчни води	литри	263 603 001	233 132 769	212 807 213
Служители				
Служители	брой	1060	1003	948
мъже (FTE)	брой	689	653	609
жени (FTE)	брой	371	350	339
Текучество	%	16	10	11
Постоянен договор (мъже)	брой	642	620	591
Постоянен договор (жени)	брой	348	338	328
Временен договор (мъже)	брой	47	33	18
Временен договор (жени)	брой	23	12	11
На пълно работно време (мъже)	брой	689	653	609
На пълно работно време (жени)	брой	371	350	339
На непълно работно време (мъже)	брой	0	0	0
На непълно работно време (жени)	брой	0	0	0
Новоназначени	брой	137	83	89
Мъже	брой	78	49	56
Жени	брой	59	34	33
Здраве и безопасност				
Фатални инциденти	брой	0	0	0
Брой пътни инциденти за милион пропътувани километри	брой/милион км	3	2	2
Брой инциденти, довели до повече от 1 изгубен ден	брой	6	5	2
Изгубени часове вследствие на инциденти	брой	0.6	0.5	0.2
Дял на служителите, представени в комисии по безопасност и здраве	%	100	100	100
Обучения и развитие				
Брой обучителни часове на служител	брой	27	7	27

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021
Дял на служителите, които подлежат на годишна (или друга) оценка на представянето	%	100	100	100
Дял на жените на управленски позиции	%	35	37	37
Дял на служителите, които са обучени за анти-корупционните политики и процедури	%	100	100	100
Унциденти с корупция и предприети действия	брой	0	0	0
Унциденти на дискриминация (или нарушаване на човешките права)	брой	0	0	0
Дял на служителите, които участват в доброволчески инициативи	%	43	3	4
Часове доброволческа дейност	брой	5 727	123	603
Продукти				
Унциденти на несъответствие с изисквания към продуктите, свързани с безопасността им	брой	1	0	1
Дял на производствените бази, сертифицирани по ISO 9001, ISO 22000 / FSSC 22000, ISO 14001, OHSAS 18001	%	100	100	100
Дял от продажбите на напитки с намалено или никакво съдържание на захар	%	20	23	25
Процентно намаление на добавената захар на 100 мл газирана напитка	%	-11	10	3
Калории на 100 мл газирани безалкохолни напитки	cal/ 100ml	36	36	37
Унциденти на несъответствие с изискванията за етикетиране	брой	3	0	0
Унциденти на несъответствие с изискванията за комуникация и маркетинг	брой	0	0	0
Случаи на неспазване на законодателството, свързано с околната среда	Лева	305	2 000	0

*Потреблението на пропан-бутан започна през 2020 г., затова данни за 2019 г. не са налични.

**През 2021 г. има един случай с две предписания, но те не включват парични санкции.

Кока-Кола България ЕООД

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021
Пазар				
Приходи	хиляди лева	32 172	33 647	35 438
Заплати и разходи за служители	хиляди лева	15 574	16 759	19 455
Осигуровки	хиляди лева	1 121	1 303	1 954
Данъци и такси	млн. евро	832	230	396
Дял на плащанията към местни доставчици	%	97%	86%	92%
Служители				
Служители	брой	202	193	178
мъже (FTE)	брой	137	139	121
жени (FTE)	брой	65	54	57

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021	
Текучество	%	0.04	8.00	14.00	
Постоянен договор (мъже)	брой	136	138	120	
Постоянен договор (жени)	брой	65	54	56	
Временен договор (мъже)	брой	1	1	1	
Временен договор (жени)	брой	0	0	1	
На пълно работно време (мъже)	брой	136	139	121	
На пълно работно време (жени)	брой	65	54	57	
На непълно работно време (мъже)	брой	1	0	0	
На непълно работно време (жени)	брой	0	0	0	
Новоназначени	брой	75	10	28	
	мъже	брой	51	7	18
	жени	брой	24	3	10
Здраве и безопасност					
Фатални инциденти	брой	0	0	0	
Брой пътни инциденти за милион пропътувани километри	брой/милион км	0	0	0	
Брой инциденти, довели до повече от 1 изгубен ден	брой	0	0	0	
Изгубени часове вследствие на инциденти	брой	0	0	0	
Дял на служителите, представени в комисии по безопасност и здраве	%	100	100	100	

Кока-Кола Хеленик Бизнес Сървисис Организейшън

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021	
Пазар					
Приходи	хиляди лева	57 407	52 817	60 450	
Заплати и разходи за служители	хиляди лева	29 546	23 769	27 762	
Осигуровки	хиляди лева	4 332	3 390	3 670	
Данъци и такси	млн. евро	0.42	0.10	0.27	
Инвестиции в обществото	хиляди лева	8	0	0	
Дял на плащанията към местни доставчици	%	45	65	52	
Служители					
Служители	брой	601	585	616	
	мъже (FTE)	брой	243	252	197
	жени (FTE)	брой	358	333	419
Текучество	%	0	0	0	
Постоянен договор (мъже)	брой	243	252	197	

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021	
Постоянен договор (жени)	брой	358	332	418	
Временен договор (мъже)	брой	0	0	0	
Временен договор (жени)	брой	0	1	1	
На пълно работно време (мъже)	брой	243	252	197	
На пълно работно време (жени)	брой	358	332	417	
На непълно работно време (мъже)	брой	0	0	0	
На непълно работно време (жени)	брой	0	1	2	
Новоназначени	брой	203	157	220	
	Мъже	брой	104	55	70
	Жени	брой	99	102	150
Здраве и безопасност					
Фатални инциденти	брой	0	0	0	
Брой пътни инциденти за милион пропътвани километри	брой/милион км	0	0	0	
Брой инциденти, довели до повече от 1 изгубен ден	брой	0	0	0	
Изгубени часове вследствие на инциденти	брой	0	0	0	
Дял на служителите, представени в комисии по безопасност и здраве	%	100	100	100	
Обучения и развитие					
Брой обучителни часове на служител	брой	36	44	61	
Дял на служителите, които подлежат на годишна (или друга) оценка на представянето	%	100	100	100	
Дял на жените на управленски позиции	%	66	68	66	
Дял на служителите, които са обучени за анти-корупционните политики и процедури	%	100	100	96	
Инциденти с корупция и предприети действия	брой	0	0	0	
Инциденти на дискриминация (или нарушаване на човешките права)	брой	0	0	0	
Продукти					
Инциденти на несъответствие с изисквания към продуктите, свързани с безопасността им	брой	0	0	0	
Инциденти на несъответствие с изискванията за етиктиране	брой	0	0	0	
Инциденти на несъответствие с изискванията за комуникация и маркетинг	брой	0	0	0	
Случаи на неспазване на законодателството, свързано с околната среда	брой	0	0	0	

Кока-Кола Хеленик Груп Ай Ти Сървисис

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021
Пазар				
Приходи	хиляди лева	24 496	28 986	32 796
Залплати и разходи за служители	хиляди лева	7 069	14 937	17 633
Осигуровки	хиляди лева	557	397	481
Данъци и такси	млн. евро	0	0	0
Дял на плащанията към местни доставчици	%	30	29	29
Служители				
Служители	брой	124	122	149
	мъже (FTE)	брой	48	53
	жени (FTE)	брой	76	69
Текучество	%	19	13	21
Постоянен договор (мъже)	брой	43	51	75
Постоянен договор (жени)	брой	73	68	70
Временен договор (мъже)	брой	5	2	4
Временен договор (жени)	брой	3	1	0
На пълно работно време (мъже)	брой	48	53	76
На пълно работно време (жени)	брой	76	69	73
На непълно работно време (мъже)	брой	0	0	0
На непълно работно време (жени)	брой	0	0	0
Новоназначени	брой	23	27	52
	Мъже	брой	10	16
	Жени	брой	13	11
Здраве и безопасност				
Фатални инциденти	брой	0	0	0
Брой пътни инциденти за милион пропътвани километри	брой/милион км	0	0	0
Брой инциденти, довели до повече от 1 изгубен ден	брой	0	0	0
Изгубени часове вследствие на инциденти	брой	0	0	0
Дял на служителите, представени в комисии по безопасност и здраве	%	3	3	3
Обучения и развитие				
Брой обучителни часове на служител	брой	8	8	6
Дял на служителите, които подлежат на годишна (или друга) оценка на представянето	%	100	100	100
Дял на жените на управленски позиции	%	43	43	35
Дял на служителите, които са обучени за анти-корупционните политики и процедури	%	100	100	100

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021
Инциденти с корупция и предприети действия	брой	0	0	0
Инциденти на дискриминация (или нарушаване на човешките права)	брой	0	0	0
Дял на служителите, които участват в доброволчески инициативи	%	30	0	0
Часове доброволческа дейност	брой	38	0	0
Продукти				
Инциденти на несъответствие с изисквания към продуктите, свързани с безопасността им	брой	0	0	0
Инциденти на несъответствие с изискванията за етикетиране	брой	0	0	0
Инциденти на несъответствие с изискванията за комуникация и маркетинг	брой	0	0	0
Случаи на неспазване на законодателството, свързано с околната среда	брой	0	0	0

Кока-Кола Ентерпрайз Шеърд Сървисис

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021
Пазар				
Приходи	хиляди лева	3 821	57 510	69 169
Заплати и разходи за служители	хиляди лева	26 734	39 034	46 305
Осигуровки	хиляди лева	5 331	5 762	6 857
Данъци и такси	млн. евро	3 503	3 797	3 972
Дял на плащанията към местни доставчици	%	66	37	57
Околна среда				
Електричество	МJ	1 755 605	1 031 382	928 930
Природен газ	МJ	NA	NA	NA
Дизел за отопление	литри	NA	NA	NA
Енергия от възобновяеми източници	МJ	NA	NA	NA
Служители				
Служители	брой	917	913	1018
	мъже (FTE)	брой	320	312
	жени (FTE)	брой	597	601
Текучество	%	12	8	9
Постоянен договор (мъже)	брой	285	302	321
Постоянен договор (жени)	брой	536	571	645
Временен договор (мъже)	брой	35	10	14

Специфични индикатори	Мерна единица	2019	2020	2021	
Временен договор (жени)	брой	61	30	38	
На пълно работно време (мъже)	брой	319	311	332	
На пълно работно време (жени)	брой	584	588	667	
На непълно работно време (мъже)	брой	1	1	3	
На непълно работно време (жени)	брой	13	13	16	
Новоназначени	брой	290	67	190	
	Мъже	брой	88	23	58
	Жени	брой	202	44	132
Здраве и безопасност					
Фатални инциденти	брой	0	0	0	
Брой пътни инциденти за милион пропътувани километри	брой / милион км	0	0	0	
Честота на инцидентите	дни/FTE	0	0	0	
Брой инциденти, довели до повече от 1 изгубен ден	брой	0	0	0	
Изгубени часове в следствие на инциденти	брой	0	0	0	
Обучения и развитие		9	5	5	
Брой обучителни часове на служител	брой	9	5	5	
Дял на служителите, които подлежат на годишна (или друга) оценка на представянето	%	100	100	100	
Дял на жените на управленски позиции	%	66	54	59	
Инциденти с корупция и предприети действия	брой	0	0	0	
Инциденти на дискриминация (или нарушаване на човешките права)	брой	0	0	0	
Дял на служителите, които участват в доброволчески инициативи	%	31	0	35	
Продукти					
Инциденти на несъответствие с изисквания към продуктите, свързани с безопасността им	брой	0	НА	НА	
Инциденти на несъответствие с изискванията за етикетиране	брой	0	НА	НА	
Инциденти на несъответствие с изискванията за комуникация и маркетинг	брой	0	НА	НА	
Случаи на неспазване на законодателството, свързано с околната среда	брой	0	НА	НА	

Coca-Cola[®]