



FENNTARTHATÓSÁGI JELENTÉS

2020

TARTALOMJEGYZÉK

1	A jelentésről	3
2	Köszöntő	5
3	2020-as évünk röviden	7
4	A Coca-Cola HBC Magyarország	9
4.1	Vállalatunk bemutatása	9
4.2	Termékeink útja: az ellátási lánc	13
4.3	Stratégia, ami meghatároz minket	14
4.4	Üzleti modellünk	17
4.5	Érintettjeink	20
4.6	Szervezeti tagságaink	21
5	Fenntarthatóság a Coca-Cola HBC Magyarországnál	22
5.1	Fenntarthatóság 2020-ban: a rendkívüli év	22
5.2	Fenntarthatósági stratégiánk és céljaink	23
5.3	Lényegességi felmérés	26
6	Felelősen a munkavállalóinkért	28
6.1	Munkatársaink védelme a pandémia idején	28
6.2	Munkavállalók fejlesztése és tehetséggondozás	30
6.3	Munkavállalók megtartása	31
6.4	Munkavédelmi rendszerünk	33
6.5	Emberi jogok és sokszínűség	34
7	Fenntarthatóan a környezetért	35
7.1	Csomagolás, újrahasznosítás és hulladékgazdálkodás	35
7.2	Fenntartható alapanyag-beszerzés	41
7.3	Energiahatékonyság és klímavédelem	42
7.4	Vízgazdálkodás és vízvédelem	45
8	Felelős üzleti működés és termékkínálat	47
8.1	Vállalatirányítás, megfelelőség és korrupcióellenesség	47
	Vállalati megfelelőség és kapcsolódó politikák	48
	Környezeti megfelelőség	48
	Feddhetetlenség az üzleti kapcsolatainkban	49
8.2	Közvetett és közvetlen gazdasági hatásaink	51
8.3	Fogyasztóink egészsége és táplálkozása	53
8.4	Felelős marketingkommunikáció	55
9	Társadalmi szerepvállalás	56
9.1	Helyi közösségek támogatása	56
9.2	Hulladékmentes Tisza program	59
9.3	#énjövőm program	61
10	GRI Tartalmi Index	63
11	Köszönetnyilvánítás	68

1 A JELENTÉSRŐL

Jelentéstételi időszak	2020-as naptári év (2020.01.01 – 2020.12.31)
Legutóbbi jelentés dátuma	A legutóbbi jelentés a Coca-Cola HBC Magyarország 2019 évre vonatkozó Fenntarthatósági Jelentése, amelyet 2020-ban publikáltunk.
Jelentéstételi ciklus	2016 óta éves jelentéstételi ciklusban tesszük közzé Fenntarthatósági Jelentésünket.
A jelentés tartalma	A jelentésben a Coca-Cola HBC Magyarország 2021-ben elvégzett lényegességi felmérése alapján a Coca-Cola HBC Magyarország Kft. működésével összefüggő lényeges ügyeket, illetve az ezekkel kapcsolatban kidolgozott programokat és kezdeményezéseket mutatjuk be, amelyek összesen 15 GRI témát fednek le.
A jelentés hatóköre	A jelentés a vállalat összes funkcionális területére kiterjed, beleértve az országban elszórtan található értékesítési és elosztó központokat is.
A jelentés tartalmában történt változások	Idei jelentésünket a 2021-ben elvégzett lényegességi felmérés eredményei és a GRI Standards iránymutatásai alapján készítettük el. A korábbi adatok újraközlésével kapcsolatos információkat a GRI táblázat vonatkozó részeinél jelöltük.
A jelentés besorolása	A jelentés a GRI Standards alapján készült, az „Alap” („Core”) megfelelési szintet teljesítve.
A jelentés tanúsítása külső fél által	A magyarországi működésünkre vonatkozó fenntarthatósági jelentést nem auditáltatjuk külső féllel. A cégcsoport adatai évente ellenőrzésre kerülnek a Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport által, a GRI Standards átfogó irányelvei alapján készült integrált jelentés auditfolyamata során.



A Coca-Cola HBC Magyarország Fenntarthatósági Jelentésével kapcsolatos kérdéseit és visszajelzéseit a vállalati kommunikációért felelős csapatunk várja a következő elérhetőségen:
pac.hungary@cchellenic.com



2020 mindannyiunk számára egy rendkívüli év volt. Egy szinte ismeretlen helyzettel kellett szembenéznünk és minél előbb reagálnunk, hogy munkatársaink megóvása mellett fogyasztóink zavartalan kiszolgálását is biztosítani tudjuk. Felelős vállalként már az első pillanatban bevezettünk körültekintő intézkedéseket, amelyek által mindezt biztosítani tudtuk. A vállalati kultúránkból fakadó agilitás és felelősségtudat lehetővé tette számunkra, hogy a COVID-19 okozta helyzethez alkalmazkodjunk: megvédjük munkavállalóinkat, támogassuk a leginkább érintett társadalmi szereplőket és megőrizzük hazai vezető italgyártó pozíciónkat, mindamellett, hogy érintettjeink számára értéket teremtsünk.

2 KÖSZÖNTŐ



Kedves Olvasó!

A Coca-Cola HBC Magyarország ismét közzéteszi fenntarthatósági jelentését, amely a 2020. évi tevékenységünket és a legfontosabb eredményeinket foglalja össze. 2020 eddig nem tapasztalt változásokat hozott az életünkbe. A koronavírus járvány számos kihívás elé állított minket, de egyben megerősítette azt, ami igazán fontos.

Elsőként köszönet illeti munkatársaimat, hogy gyorsan, rugalmasan és maximális odafigyeléssel alkalmazkodtak a vírushelyzet okozta változásokhoz. A világjárvány miatt kialakult helyzet megerősített minket abban, hogy minden egyes kollégánk fokozott együttműködésére és erőfeszítésére szükség van. Éppen ezért az első pillanattól kezdve a legfontosabb szempont kollégáink egészségének megőrzése és biztonsága volt, mindamellett, hogy továbbra is a megszokott stabil munkahelyet jelentsük számukra. Azokon a területeken, ahol erre lehetőség adódott bevezettük a teljes otthoni munkavégzést. Azoknak a munkatársaknak, akiknek a jelenléte nélkülözhetetlen volt, biztosítottuk a védőeszközöket és a szükséges koronavírus tesztek elvégzését. Megtisztelő számunkra az is, hogy igyekezetünk immár sokadik alkalommal ismét elismerésben részesül és idén is a hazai FMCG szektor legvonzóbb munkahelyévé választottak minket. Mindezek megerősítenek minket abban, hogy a tanulás és a fejlődés nem állhat meg.

A vállalat életét – csakúgy, mint az egész iparágét – a COVID-19 határozta meg: több kereskedelmi vevőpartnerünk bezárni kényszerült, ezért át kellett értékelnünk az üzleti működésünk fókuszpontjait és marketingstratégiánkat. Fokozottan tértünk át az élelmiszerüzletek, kisboltok és az üzemanyagtöltő állomásokon működő boltok támogatására annak érdekében, hogy segítsük az otthoni fogyasztás felfutását. Üzletmenetünk folytonosságának biztosítása mellett támogatást kívántunk nyújtani a járvány miatt nehéz helyzetbe került közösségek számára. Az újraindulás időszakában a koronavírus által leginkább sújtott szektort, a vendéglátóipart támogattuk egy nagyszabású kampánnyal.

A fejlődés érdekében azonban piaci pozícióink javításáért, valamint vevőink elégedettségéért is dolgoznunk kellett. Portfóliónkba új termékeket és termékkategóriákat vezettünk be, amelyeket hatékonyan, bővülő termelési kapacitásaink segítségével tudtunk magas minőségben előállítani. A fenntartható forrásból származó termékek körét is bővítettük, így a Costa Coffee számtalan termékújdonosságát vezettük be otthoni, elviteles és munkahelyi fogyasztásra. 2020-ban ugyanakkor mérlegelnünk kellett a fenntartható működés érdekében: árbevételünk közel 20%-kal elmaradt a tavalyi kimagasló eredménytől, így költségeink csökkentésével és a bevételek átcsoportosításával igyekeztünk fenntartani üzleti működésünk egyensúlyát.



Fáradhatatlan munkánkat több elismeréssel is jutalmazták. Büszkék vagyunk arra, hogy hozzá tudtunk járulni a védekezéshez a járványhelyzetben. A pandémia alatt vállalatunk által indított kezdeményezésünkön keresztül támaszai lehettünk a Magyar Vöröskereszt hősies munkájának, amelyet megtisztelő díjakkal honorálták. A Coca-Cola Magyarország április elején a 'Reklám helyett segítség' kampány keretében saját reklámhelyeit és közösségi média csatornáit a Magyar Vöröskeresztnek ajánlotta fel annak érdekében, hogy az egyes közérdekű üzenetek az otthon maradásról, egészségmegőrzésről, véradásról és az adományokról minél több emberhez eljussanak. Ezt követően vállalatunk öt területi képviselője a nyári időszakban egy hónapon át főállásban segítette a Magyar Vöröskereszt munkáját.

A fenntartható üzleti működéshez társított ambiciózus céljaink sem kerültek háttérbe. A fenntarthatóság működésünkkel már egybefonódott.

2020-ban közel 300 millió forint értékű beruházással bővítettük ásványvíz palackozó kapacitásunkat a zalaszentgróti üzemünkben. Az év végén befejezett beruházás a kapacitás növelése mellett hozzájárul a zalaszentgróti üzem gazdaságosabb, a korábbiánál rugalmasabb és a fogyasztói igényeket még jobban kiszolgáló működéséhez, egyben pedig a vállalat fenntarthatósági törekvéseit is szolgálja. További fenntarthatósági terveinken, például a csomagolóanyagok visszagyűjtésén, a magasabb arányú újrahasznosított műanyagfelhasználáson, megújuló energiaforrások felhasználásán, károsanyag kibocsátás csökkentésén és a vízgazdálkodásunk hatékonyabbá tételén folyamatosan dolgozunk, hogy a 2025-ig kitűzött céljainkat elérjük.

Az év során különösen nagy hangsúlyt kapott vízgazdálkodásunk és a vízvédelem, amely üzleti prioritásaink között szerepel. Ennek képviseletében a Coca-Cola vállalatcsoport is aláírta a vizek védelmében született közös

nyilatkozatot. A Hulladékmentes Világ stratégiánk jegyében tett erőfeszítéseink és az #énjövőm programunk továbbra is számos sikert tudhat magáénak, melyek több hazai- és nemzetközi elismerésben részesültek az év során. Külön büszkeséggel tölt el, hogy a 2020-as évben a Dow Jones Fenntarthatósági Rangsorának (DJSI) élén végeztünk a világ italgyártó vállalatai között.

Bízom benne, hogy Fenntarthatósági Jelentésünk átfogó képet ad vállalatunk tevékenységéről és az eddig elért eredményeinkről, amit a következő években még tovább tudunk közösen javítani.

BÉKEFI LÁSZLÓ
Ügyvezető igazgató
Coca-Cola HBC Magyarország

3 2020-AS ÉVÜNK RÖVIDEN

EREDMÉNYEINK



NETTÓ ÁRBEVÉTEL

2020: **115,309** mrd Ft

2019: 138,087 mrd Ft



GYÁRTOTT TERMÉK

2020: **514** millió liter

2019: 618 millió liter



BERUHÁZÁSAINK

2020: **4,4** mrd Ft

2019: 5,9 mrd Ft



SAJÁT TŐKE

2020: **14** mrd Ft

2019: 18 mrd Ft



A pandémia első hullámának idején

165 millió forint értékű

termékadományt, anyagi-és marketingtámogatást nyújtottunk



A válság kezelése során első és legfontosabb szempont

kollégáink egészségének és biztonságának megőrzése volt



Fajlagos szén-dioxid kibocsátásunk

22,2 g CO₂/l

volt



170 tonnával kevesebb alumíniumot

használtunk fel termékeink csomagolásához



ELISMERÉSEINK

Kategória	Díj
Vállalati felelősségvállalás	Communitas Awards – Hulladékmentes Tisza Program
Vállalati felelősségvállalás	Communitas Awards – #énjövőm program
Marketing	Trade magazin – Promóciós szakmai nap – Italkategória: Aranyérem: Coca-Cola HBC Magyarország és a Rewart Kft. a „Nyerj fesztivál élményeket!” promóció, „Coca-Cola-Star Wars chatbot – Átható erő, zéró cukor!” promóció Ezüstérem: Monster Mango Loco országos promóció Bronzérem: Kinley promóció
Vállalati felelősségvállalás	Nemzetközi PR Szövetség (International Public Relations Association - IPRA) Golden World Award – „Környezet” és „Közösségi kapcsolatok” kategóriákban: Hulladékmentes Tisza Program
Vállalati felelősségvállalás	Trade magazin – Fenntarthatóság Szimbóluma Díj 2020 – Vállalati kategória: Coca-Cola Magyarország Hulladékmentes Világ stratégia
Vállalati felelősségvállalás	International Business Awards Stevie Bronz minősítés: Coca-Cola Magyarország Hulladékmentes Világ stratégia
Vállalati felelősségvállalás	Effekt 2030 – A közösségi befektetések díja Zöld egyensúly kategória: 1. hely Hulladékmentes Tisza Program COVID-19 megoldások a közösségért Legkiemelkedőbb támogató kategória: 1. hely A Coca-Cola Magyarország nyújtotta támogatások a COVID-19 járvány alatt
Vállalati felelősségvállalás	BCSDH Fenntartható Jövőért Díj 2020 – A legjobb Társadalmi felelősségvállalás díja: A Coca-Cola Magyarország „Támogatások a COVID-19 járvány első szakaszában” programja
HR	Randstad munkáltatói márka felmérése – FMCG szektor kategória: Legvonzóbb munkahely
Fenntarthatóság	2020 Dow Jones Fenntarthatósági Index: A világ legfenntarthatóbb módon működő üdítőitalgyártója
HR	PwC Legvonzóbb Munkahely Díj – FMCG szektor kategória: 1. hely Coca-Cola Magyarország

4 A COCA-COLA HBC MAGYARORSZÁG

4.1 VÁLLALATUNK BEMUTATÁSA

Vállalatunk, a Coca-Cola HBC Magyarország Kft. hazánk piacvezető italgyártó, -palackozó és -forgalmazó vállalata. A 615 millió fogyasztót kiszolgáló és 28 országot átfogó Coca-Cola HBC AG csoport tagjaként működünk. A vállalat 100%-os tulajdonosa a CC Beverages Holdings II. B.V. A vállalat központja Dunaharaszti, a Coca-Cola HBC csoport egyik regionális gyártóközpontjaként működik. A dunaharaszti és a zalaszentgróti palackozóüzemeink mellett disztribúciós központjainkkal és irodáinkkal összesen 12 településen

vagyunk jelen Magyarországon. A hazai értékesítésen túl 26 országba exportálunk több mint 100 féle terméket. Teljeskörű italgyártóként a Coca-Cola HBC Magyarországnál magas minőségű termékekből álló, széles portfóliót építünk. Termékportfóliónkat minden évben bővítjük, új termékeket, továbbá meglévő termékeink új kiszereléseit vagy ízesítéseit vezetjük be a hazai piacon. Portfóliónk fejlesztésének mindenkor legfőbb szempontja, hogy megfeleljünk a változó fogyasztói igényeknek.



A forgalmazott termékek 90%-át Magyarországon állítjuk elő
2 palackozóüzemünkben majd 6 elosztó központunkból juttatjuk el termékeinket a fogyasztóinkhoz.

26 országba több mint 16 milliárd forint értékben exportálunk.





TERMÉKKÍNÁLATUNK

A Coca-Cola HBC csoport vezető márkák palackozásával és értékesítésével foglalkozik. A The Coca-Cola Company-val való együttműködésünk hozzájárul ahhoz, hogy folyamatosan bővítsük 24/7 portfóliónkat, figyelemmel kísérve a piaci trendek alakulását és fogyasztói bázisunk igényeit. Széleskörű portfóliónkban olyan termékek találhatók meg, amelyek egyaránt kiszolgálhatják a reggeli, a napközbeni, a kora esti vagy akár a késő esti fogyasztói igényeket.

Vezető márkáink és szénsavas üdítőital szegmensünk 2020-ban is hangsúlyos maradt. A Coca-Cola termékcsalád, a Fanta, Sprite és Kinley szénsavas üdítők, a NaturAqua, Aquarius, GLACEAU smartwater ásványvizek, a Cappy gyümölcslevek és gyümölcsitalok, a FUZETEA jegesteák, a Powerade sportitalok, a Burn és Monster energitalok valamint a Royal Bliss üdítők mellett a növényi alapú italok területén AdeZ termékeinket kínáljuk.

Mindemellett folyamatosan fejlesztjük termékkínálatunkat az egészségesebb táplálkozási környezet kialakítása

érdekében. 2020-ban kilenc új csökkentett vagy zero cukortartalmú terméket vezettünk be: Coca-Cola Zero narancs, Coca-Cola Zero fahéj, Fanta Zero alma licsi, Fanta Zero citrom, FUZETEA homoktövis, áfonya és jázmin, FUZETEA zero alma kiwi és további két Aquarius citrom és vérnarancs ízű alacsony kalóriás izotóniás italt. Energiaital kínálatunk szélesítése érdekében 2020-ban bevezettük még az Espresso Monster termékünket, amely két különböző ízesítésben található meg az üzletek polcain. Büszkék vagyunk arra, hogy számos termékünk piacra lépése sikeres volt, melyekkel szélesebb körű fogyasztói réteget tudtunk kiszolgálni, támogatva ezzel vállalatunk hosszútávú és fenntartható növekedési pályáját.

A prémium szeszes italok tekintetében többek között a Jack Daniel's, Finlandia, Bacardi, Brugal, Rézangyal, Campari és Cinzano márkákat értékesítjük, továbbá az úgynevezett mocktail alkoholmentes italkompozíciót, a Fluère prémium italt is vállalatunk forgalmazza. Mindezek mellett vállalatunk hideg- és melegital, valamint snack automatákat is üzemeltet.



A 100% rPET (azaz recycled=újrahasznosított) tartalmú palackos üdítők vagy ásványvizek a magyar piacon újdonságnak számítanak. 2020-as évünk egyik fontos terméke volt a 100%-ban újrahasznosított műanyag palackban értékesített Römerquelle ásványvíz. A címkén olvasható felirat, a „Palackból lett palack” jól példázza, hogyan válik egy korábban használt műanyag palack a körforgásos folyamat részévé és kerül újra az üzletek polcaira. Várakozásainkat azonban a pandémia jelentősen befolyásolta és a megváltozott vásárlói szokások következtében azt tapasztaltuk, hogy a kereslet olyan

termékek irányába tolódott, amelyeket nagyobb kiserelésben és kedvezőbb áron tudtak megvásárolni. Ennek eredményeként a Römerquelle kereslete nem tudott megerősödni és a terméket átmenetileg kivettük a forgalomból. A fenntarthatósági stratégiánkban továbbra is kiemelt helyen szerepel a portfólió bővítése olyan termékekkel, amelyek csomagolása minél magasabb arányban tartalmaz újrahasznosított alapanyagokat. Bízunk abban, hogy a pandémia utáni időszakban visszaigazolást nyernek a fogyasztók körében ezek a termékek, megerősítve ezzel a körforgás megvalósítását.



A Coca Cola HBC Magyarország május végén bevezette a magyar piacra – Európában elsőként – az otthoni, elviteles és munkahelyi fogyasztásra kínált Costa Coffee-t. Tekintve, hogy a felnőtt magyar népesség 85%-a kávézik, fele pedig rendszeres kávészünetet tart a munkahelyén, a hazai lakosság vonzó és jövedelmező kávépiacnak ígérkezik. A koronavírus járvány új helyzetet teremtett a magyar fogyasztók körében is. A kialakult helyzet hatására ugyan azonnal megváltoztak a kávéfogyasztási szokások, de a kávézással kapcsolatos trendszerű átalakulás, fejlődés

már korábban megindult. Egyfelől folyamatosan nő a minőségi kávé iránti igény, másfelől a piacon elmozdulás érzékelhető a funkcionális kávézástól az élménykávézás irányába. Ezzel párhuzamosan egyre többen választják Magyarországon is a felső kategóriás kávékat, így ennek nyomán bővül a szemes és kapszulás kávék piaca is. A portfólióban elérhető lesz őrölt pörkölt, szemes kávé és többféle kávékapszula is. Vállalatunk kiváló ízű italokat kínáló kávégépeket, magas színvonalú barista képzéseket, valamint technikai támogatást és szervizt is biztosít a vevőpartnerek számára.

Keressük a békát! – Rainforest Alliance

Az 1986-ban alapított Rainforest Alliance (RFA) célul tűzte ki a trópusi erdők megőrzését. A minősítést kizárólag olyan gazdaságok, farmok kapják, amelyek az esőerdők védelme szempontjából magas szintű kritériumrendszernek felelnek meg. A csomagolóanyagok kiválasztása esetében szintén szempont, hogy a szervezet által minősített alapanyagokat használjanak fel, ezzel is elkerülve a környezet károsítását.

A portfóliónkban szereplő minősített termékeink egyike például a Costa Coffee, amely alapanyagául szolgáló kávéültetvényeknek köszönhetően a fogyasztók fenntarthatóvá tehetik hétköznapi kávézási szokásaikat. Büszkék vagyunk arra, hogy a FUZETEA márkánk szintén RFA tanúsítvánnyal rendelkezik, ugyanis a FUZETEA ízét adó tealevelek 100%-ban fenntartható gazdaságokból származnak.



4.2 TERMÉKEINK ÚTJA: AZ ELLÁTÁSI LÁNC



2020-ban a teljes ellátási láncunkban különös figyelmet fordítottunk arra, hogy a koronavírus okozta változásokat rugalmasan kezeljük. Fontos volt számunkra, hogy vevőpartnereink számára mindig rendelkezésre álljunk és biztosítsuk a fogyasztók kiszolgálását az igényeiknek megfelelően.

1047
magyar beszállító

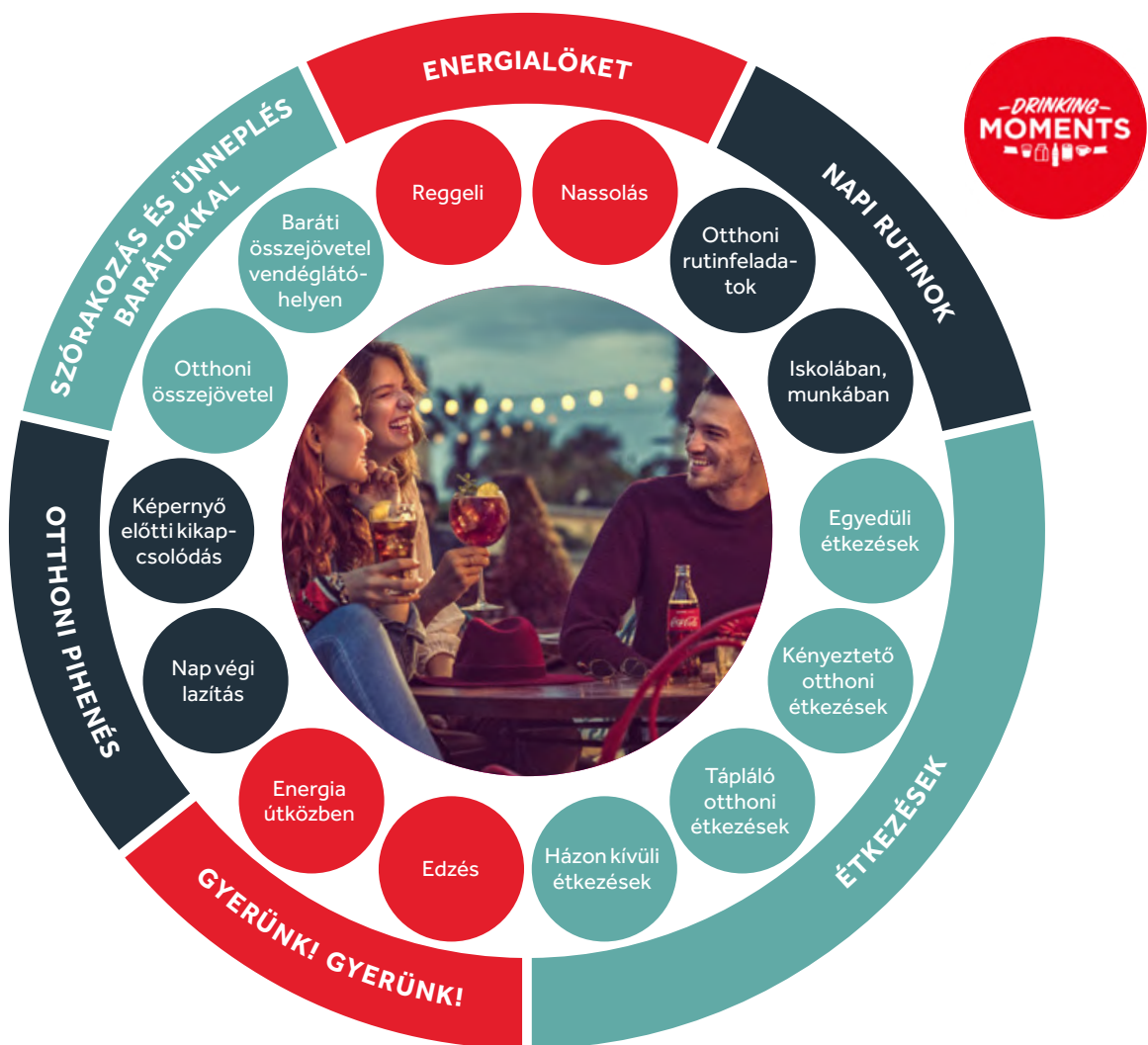
A beszállító partnereink nagy számban (85%-ban) magyar székhellyel rendelkeznek. Az összes beszállítói kifizetések 75%-át helyi partnereink kapták.

4.3 STRATÉGIA, AMI MEGHATÁROZ MINKET

A Coca-Cola HBC Magyarországnál azért dolgozunk, hogy sikerünk vezető italgyártóként megkérdőjelezhetetlen legyen, értéket teremtsünk vállalatcsoportunk, a The Coca-Cola Company, vásárlóink, partnereink és közösségeink számára. Célunk az, hogy a Coca-Cola HBC vállalatcsoporton belül éljen járjunk a növekedésben, amit felelős, fenntartható és profitábilis növekedési stratégiákkal, portfólióink folyamatos fejlesztésével, valamint felkészült csapatunkkal érünk el.

Büszkék vagyunk arra, hogy teljeskörű italgyártó vállalatként széles termékkínálatot biztosítsunk fogyasztóink számára. Portfóliófejlesztésünk sikereként fogyasztóink a nap bármely szakában találhatnak magas minőségű, igényeiket maradéktalanul kielégítő termékeket.

A 24/7 stratégiánknak megfelelően portfólióinkban „Drinking Moments” néven definiáltuk az italfogyasztási alkalmakat az ekkor fogyasztott termékek szerepével, illetve azok jólléttel kapcsolatos előnyeit. Ezen pillanatokhoz társítottuk az általunk kínált legmegfelelőbb italokat, hogy a termékportfólióink a hét minden napjának minden órájában képes legyen a fogyasztói igényeknek megfelelni. 2020-ban a pandémia megváltoztatta a fogyasztási szokásokat. Elsődleges célunk a COVID-19 okozta helyzethez való gyors alkalmazkodás volt, amelynek központi elemei munkatársaink megóvása, a megváltozott fogyasztói igények kiszolgálása, beszállítóink és partnereink megsegítése, a közösségek támogatása, az új piaci elvárások teljesítése, valamint a hatékony üzleti működés fenntartása a fenntarthatóság jegyében.



A 2025-ös globális növekedési stratégiánk öt pilléres szemléletre épül, amely támogatja céljainkat és versenyelőnyként szolgál a piacon. A Coca-Cola HBC célja, hogy erre az öt pillérre – a 24/7 portfólió széleskörű kihasználása, piaci részesedés bővítése,

növekedés fellendítése beruházásokon és versenyképességen keresztül, munkavállalóinkban rejlő potenciál fejlesztése, környezeti lábnyomunk csökkentése – építkezve fejlessze saját stratégiáját is.

CÉLJAINKAT NÖVEKEDÉSI STRATÉGIÁNK ÖT PILLÉRJÉVEL ÖSSZHANGBAN HATÁROZZUK MEG:



Értékeink csakúgy, mint céljaink és stratégiánk meghatározzák számunkra a kijelölt utat, amely hozzájárul jövőbeli sikereinkhez és egyben megkülönböztet minket másoktól abban, hogy mit tartunk fontosnak és hogyan működünk.

**KIVÁLÓSÁG****FOLYAMATOS TANULÁS****HITELESSÉG****VEVŐKÖZPONTÚSÁG****CSAPATMUNKA****EMBEREK**

4.4 ÜZLETI MODELLÜNK

A vállalati fenntarthatóság a Coca-Cola HBC kultúrájának nélkülözhetetlen része. Fenntarthatósági céljaink elválaszthatatlanul kapcsolódnak üzleti céljainkhoz, és általános stratégiánk részét képezik, miközben azokra az emberekre összpontosítanak, akik a Coca-Cola HBC fenntartható növekedésének alapját jelentik.

ERŐFORRÁSAINK



PÉNZÜGYI

Folyamatosan keressük annak lehetőségét, hogy hatékonyan használjuk fel a működésünkben és befektetéseinkben keletkező pénzügyi tőkét.



ÁLLÓESZKÖZ

Körültekintően gazdálkodunk állóeszközeinkkel, beleértve berendezéseinket és épületeinket, termékeink folyamatos gyártásának és tárolásának biztosítása érdekében.



EMBERI

Folyamatosan fejlesztjük munkatársaink készségeit és képességeit, nagy hangsúlyt fektetünk a tehetségek megtalálására, megtartására és kibontakoztatására.



TERMÉSZETI

A víz, energia és más természeti erőforrások fontos ráfordítást jelentenek értéktéremtési folyamatainkban, ezért a lehető leghatékonyabb módon használjuk őket.



SZELLEMI

Tudásalapú tulajdonunk magában foglalja márkáinkat, szabadalmaztatott technológiánkat, szabványainkat, licenceinket és folyamatainkat.



TÁRSADALMI ÉS KAPCSOLATI

Társadalmi és kapcsolati tőkénkbe beleértjük vállalatunk hírnevét és azt a képességünket, hogy elnyerjük és megtartsuk érintettjeink bizalmát.

HOZZÁADOTT ÉRTÉKEK

**Együttműködés partnereinkkel és beszállítóinkkal**

Társulásunk a The Coca-Cola Company-val (TCCC) kizárólagos jogokat biztosít számunkra márkázott termékek gyártására és értékesítésére. Az általunk értékesített termékmennyiség 97%-át a TCCC fejlesztette ki és birtokolja. Szintén ők gyártják és látják el vállalatunkat koncentrátummal és sziruppal, amely üdítőitalaink fő összetevője. Ellátási láncunkra számtalan vonatkozásban támaszkodunk üzleti működésünk során, beleértve berendezéseinket és gépeinket, tanácsadóinkat és szoftvereinket. Felelős, megbízható és hatékony beszállítóinkkal való együttműködésünk teszi számunkra lehetővé, hogy arra fókuszáljunk, amiben a legjobbak vagyunk – a fogyasztóink arcára mosolyt csaló termékek gyártására és eladására.

Fogyasztóink és közösségeink szolgálata

Az üdítőitalok széles választékát kínáljuk, hogy minden fogyasztói igényt kielégíthessünk és az aktív, egészséges életmódra is beilleszthetők legyenek. A fogyasztói igényeknek megfelelő termékek előállításával és a felelős, fenntartható üzleti működésünkkel értéket teremtünk azon közösségek számára, ahol működünk.

**Költséghatékony termelés**

A TCCC-től vásárolt koncentrátum és más összetevők felhasználásával gyártjuk, csomagoljuk és forgalmazzuk termékeinket. Gyáraink mellett raktár- és elosztóközpontokkal is rendelkezünk. Létesítményeink tudatos és hatékony használata segít minket abban, hogy termékeinket felelősen állítsuk elő, amely jövedelmezőségünk kulcsát is jelenti.

Vevőpartnereink hatékony kiszolgálása

Nagy hangsúlyt fektetünk a vevőpartnereinkkel fennálló kapcsolatok ápolására, akár csak a promócióinkra és a bolti kihelyezéseinkre. Vevőpartnereink számítanak ránk abban, hogy polcaikon minőségi termékeink teljes választéka elérhető legyen, így kielégíthetik a fogyasztók üdítőitalok iránti igényét. Annak érdekében, hogy vevőpartnereinknek a lehető legjobb szolgáltatást nyújthassuk, partnereinket méretük és igényeik alapján csoportokra osztjuk, a valós piaci környezet tekintetbe vételével.

ÉRTÉKTEREMTÉS ÉS ÉRTÉKMEGOSZTÁS

A fenntartható és felelős üzleti működésünkkel értéket teremtünk, amely tovább erősíti vállalatunkat és amelyet minden érintettünkkel megosztunk. Vállalatunk értékteremtő szerepe megmutatkozik a körültekintő és jövedelmező pénzügyi gazdálkodásunkban is, amely szem előtt tartja eredményeink és kiadásaink felelős kezelését.

RÉSZVÉNYESEINKKEL	Üzleti működésünk során pozitív eredményünk osztalék és részvények utáni árfolyamnyereség formájában realizál hozamot a cégcsoport befektetői számára.
BESZÁLLÍTÓINKKAL	Előnyben részesítjük a kiszámítható partnerkapcsolatokat, a helyi forrásból származó beszerzéseket és kiemelt lehetőséget látunk a hazai partnerekkel való hosszú távú együttműködésekben. Ezen törekvéseink által a teljes értékláncon átívelően érezhető, közvetett gazdasági hatásaink pozitív értéke.
MUNKAVÁLLALÓINKKAL	Kollégáink fejlesztése, elismerése és javadalmazása biztosítja, hogy képzett és motivált munkaerőként dolgoznak. Stabil munkahely és versenyképes jövedelem biztosítása. A lojalitás erősítése növeli a vállalatnál eltöltött időt, ami segíti a közép és hosszú távú üzleti fejlődést, a szakmai döntések meghozatalát és végrehajtását.
VEVŐPARTNEREINKKEL	A hatékony és felelős termék előállításért tett erőfeszítéseink értéket teremtenek vevőpartnereink számára is. Minden esetben hosszú távú partnerségekre törekszünk, keressük az innovatív megoldásokat.
KÖZÖSSÉGEINKKEL	Nyereséges, fenntartható és felelős üzleti működésünk előnyeit azok a közösségek is élvezik, ahol működünk: munkahelyteremtésen, adófizetésen, hasznos termékeken és szolgáltatásokon és a környezetre gyakorolt hatások mérséklésén keresztül.

4.5 ÉRINTETTJEINK

Vállalatunk fenntarthatósági tevékenységeihez elválaszthatatlanul hozzátartozik, hogy proaktív módon keressük a lehetőségeket arra, hogy - közvetlenül vagy közvetve – érintett egyéneket és

szervezeteket bevonjuk a működésünkbe. Érintettjeink körét üzleti és fenntarthatósági stratégiáinkkal összhangban azonosítjuk.

Érintettjeink	Kapcsolattartás módja	Gyakoriság	Témák 2020-ban	Növekedési pillér
 Iparági szervezetek	Szervezeti tagságok, szakmai fórumok, események, levelezés	Rendszeres	Üzleti működés jogi keretei, szövetségi kezdeményezések	1 5
 Beszállítók	Napi üzleti kapcsolat, beszállítói követelmények ellenőrzése	Folyamatos	A cég működéséhez szükséges alapanyagok és szolgáltatások biztosítása	3 5
 Vevők és értékesítési partnerek	Napi üzleti kapcsolat, megbeszélések, éves vevőelégedettségi felmérés	Folyamatos	Termékek árazásával, értékesítésével és kiszállításával kapcsolatos témakörök	1 2
 Hatóságok és döntéshozók	Kétoldalú és többoldalú egyeztetések, hatósági ellenőrzések, kereskedelmi kamarai tagságok, levelezés, események	Rendszeres	Üzleti működés jogi keretei, egyedi hatósági ügyek, népegészségügyi termékadó	1 5
 Helyi közösségek, civil szervezetek	Szponzoráció, közösségi kezdeményezések, önkéntes programok, események, megbeszélések, levelezések	Rendszeres	Üzleti működés helyi vonzatai (infrastruktúra), helyi közösségek támogatása, környezetvédelem, aktív életmód, civil kezdeményezések támogatása	5
 Tudományos és oktatási intézmények	Együttműködések (például duális képzés), gyakornoki programok, események	Rendszeres	Fiatalképzés és munkaerőpiaci elhelyezkedése	4
 Média	Eseti megkeresések, kommunikációs kampányok, sajtóesemények, levelezés	Rendszeres	A cég működésével, termékeivel kapcsolatos ügyek	1 5
 Fogyasztók	Honlap és közösségi média, kommunikáció kampányok, gyárlátogatások, terméktesztelések, egyéb események, levelezés	Rendszeres	Fogyasztói kérdések, panaszok, termékteszt (kóstoltatás)	1 2 5
 The Coca-Cola Company	Napi üzleti kapcsolat, céges rendezvények, közös kezdeményezések és vállalások/ politikák	Folyamatos	Valamennyi üzleti működési és COVID-19 járvánnyal kapcsolatos támogatásokhoz, aktivitásokhoz köthető terület	1 2 5
 Coca-Cola HBC csoport	Eredményriportálás, napi üzleti kapcsolat, belső kommunikáció, céges rendezvények	Folyamatos	Valamennyi üzleti működéssel kapcsolatos terület	1 2 3 4 5
 Munkavállalók	Éves munkavállalói elkötelezettségi felmérés, belső kommunikáció, Szociális Bizottság, céges rendezvények, belső megbeszélések	Folyamatos	Covid-19 járványkezelés: belső krízis menedzsment, folyamatos tájékoztatás. Közösségek támogatása: önkéntes segítségnyújtás. Online rendezvények: vezetői konferencia, online állásbörze, virtuális Coca-Cola Karácsonyi Nyílt Nap. Munkáltatói márka: belső felmérések a járványhelyzet hatásairól, SEI mutatók	4 5

4.6 SZERVEZETI TAGSÁGAINK

SZERVEZETI TAGSÁGAINK 2020-BAN

	AmCham (Amerikai Kereskedelmi Kamara)
 Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért Business Council for Sustainable Development in Hungary	BCSDH (Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért Magyarországon)
	Felelős Élelmiszergyártók Szövetsége (Elnökségi tag)
	HBLF – Magyar Üzleti Vezetők Fóruma
	Magyar Ásványvíz, Gyümölcs- és Üdítőital Szövetség (Elnökségi tag)
	Nemzeti Automata Szövetség (Alelnök)
	Magyar Márkaszövetség
	Magyar Szeszipari Szövetség és Terméktanács
	Nemzeti Agrárgazdasági Kamara
	Önszabályozó Reklámtestület
	Táplálkozás-Életmód-Testmozgás – TÉT Platform
	Effekteam

5

FENNTARTHATÓSÁG A COCA-COLA HBC MAGYARORSZÁGNÁL

5.1 FENNTARTHATÓSÁG 2020-BAN: A RENDKÍVÜLI ÉV

2020 mindenki számára egy rendkívüli, kihívásokkal teli év volt. A COVID-19 által kialakult helyzet megerősítette társadalmunk iránti elkötelezettségünket és felelősségünket. A 2020-as év során kulcsfeladatunk volt a COVID-19 járványhelyzetre való gyors reagálás. Az időben hozott intézkedéseink és a körülményekhez való alkalmazkodásunk hozzájárultak ahhoz, hogy a nehéz helyzet ellenére is folyamatosan értéket tudjunk teremteni munkavállalóink, partnereink, fogyasztóink

és érintettjeink számára. Az értékteremtésen túl munkavállalóink védelme, fogyasztóink folyamatos kiszolgálása, partnereink és beszállítóink támogatása és üzletmenetünk átalakítása már a veszélyhelyzet első napjaiban legfőbb feladatunkká vált. A 2020 márciusában meghozott döntéseink meghatározták azt az utat, amelyet szem előtt tartva kellett újragondolnunk az éves terveinket és megkezdeni intézkedéseinket:



MUNKAVÁLLALÓINK VÉDELME

- munkavállalók egészségmegőrzéséhez és védelméhez szükséges intézkedések és eszközök biztosítása
- otthoni munkavégzés lehetőségének kiterjesztése
- munkahelyeink védelme
- az új, digitális helyzethez való alkalmazkodás támogatása



ELLÁTÁSBIZTONSÁG

- palackozó és logisztikai üzemek folyamatos működtetése
- fejlesztések vevőpartnereink gyorsabb kiszolgálásának érdekében
- az értéklánc szereplőinek támogatása (partneri programok, kereskedelmi hitelek meghosszabbítása)
- alkalmazkodás a megváltozott fogyasztói igényekhez



KÖRNYEZETÜNK MEGÓVÁSA

- fenntarthatósági vállalásaink nyomon követése
- önkéntes programok támogatása
- innovatív csomagolás megoldások előkészítése és fejlesztése
- intézkedések élővizeink védelmében



KÖZÖSSÉGÜNK TÁMOGATÁSA

- pénzügyi és humán erőforrásokkal való támogatás, terméktámogatás
- az emberek biztonságát és jóllétét megőrző és támogató kampányok szervezése
- egészségügyi szervezetekkel való együttműködés kiszélesítése

Ez a rendkívüli év azonban az intézkedésekkel nem ért véget. Év végén a járványhelyzettel összefüggésben a korábbinál összetettebb elemzést végeztünk, hogy megfogalmazzuk azokat az elemeket, amelyek hatással voltak teljesítményükre és különös jelentőséggel szolgáltak érintettjeink számára.

Az eredmény egyértelmű volt: a gyors, fenntartható, közös újraépítkezést nem csupán a pandémia hatására bevezetett intézkedéseinkbe építettük be, hanem vállalati kultúránk szerves részévé tettük.

5.2 FENNTARTHATÓSÁGI STRATÉGIÁNK ÉS CÉLJAINK

2016 óta, a Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport 2020-as fenntarthatósági programjának meghirdetését követően folyamatosan azon dolgoztunk, hogy a közösen vállalt értékekhez és célokhoz minél magasabb szinten tudjunk hozzájárulni.

Terület	A Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport vállalásai 2020-ig ¹		
 Táplálkozás	-10% Szénsavas üdítőital portfóliónk kalóriatartalmát 10%-kal csökkentjük 2015-höz képest (100 ml italra vetítve).		
 Hulladékmentes Világ	40% Az elsődleges csomagolásunk 40%-ban újrahasznosítható alapanyagokból származzon.	20% A vállalatcsoportban használt palackok csomagolásában 20%-ban újrahasznosított alapanyagot használjunk.	-25% A csomagolásokhoz használt alapanyagok mennyiségében 25%-os csökkenést érjünk el.
 Klíma és megújuló energiaforrások	-50% A közvetlen szén-dioxid kibocsátásunk 50%-kal csökkentjük.	-25% Az értéklánc területén 25%-kal csökkentjük a szén-dioxid kibocsátást.	40% A palackozó üzemek teljes energiafelhasználásának 40%-a tiszta és megújuló forrásokból származzon.
 Vízgazdálkodás	-30% A működési folyamatainkban 30%-kal csökkentjük a vízfelhasználást.	 Üzemeink területén tanúsított vízgazdálkodási folyamatokat vezetünk be.	

¹2010-es bázisértékekhez mérten.

A Coca-Cola HBC Magyarországnál mindig szem előtt tartjuk, hogy vállalatcsoportunk milyen irányvonalat és célkitűzéseket határoz meg és ehhez igazodva fogalmazzuk meg saját vállalásainkat is. A 2020-as éves céljainkat a vállalatcsoport iránymutatásai mellett az előző éves teljesítményünk, valamint a tervezett portfólió és volumen figyelembevételével határoztuk meg, amely a vállalatcsoport által az év elején elfogadásra került.

Coca-Cola HBC Magyarország vállalásai	2020-as célkitűzések	2020-as eredmények	Státusz
Növeljük az újrahasznosított és/vagy megújuló anyagokból készült PET tartalom arányát PET palackjainkban. ²	22%	16,8%	 76% megvalósult
Csökkentjük fajlagos szén-dioxid kibocsátásunk.	23,86 g CO ₂ /lpb	22,17 g CO ₂ /lpb	 megvalósult
Csökkentjük termékeink előállításához szükséges energiafogyasztásunk. ³	0,49 MJ/lpb	0,49 MJ/lpb	 megvalósult
Csökkentjük termékeink előállításához szükséges vízfogyasztásunk. ⁴	1,85 liter/lpb	1,82 liter/lpb	 megvalósult

A COVID-19 okozta válsághelyzet körülményei miatt a megfogalmazott célok elérése az rPET arány növelésének területén nehezebb volt, azonban eredményeink önmagukért beszélnek. A nehézségek ellenére szinte minden területen sikerült elérni kitűzött céljainkat. Fenntarthatósági stratégiánk és fókuszaink 2020-ban sem változtak meg; továbbra is azon szeretnénk dolgozni, hogy még inkább eredményesebbek

legyünk minden célterületen és a fenntarthatóság üzleti működésünk minden aspektusába egyre jobban beágyazódjon. A Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport a korábbi célokra építve további vállalásokat fogalmazott meg a következő öt évre, amelyet jövőbeli vállalati tervezésünk és vállalásaink kialakítása során is figyelembe fogunk venni és aktív résztvevői igyekszünk lenni azok megvalósításában.

²A kalkulációs módszer 2020-tól kezdve megváltozott, így a 2019-es eredmény értéke 19,9%-ra módosult.

³Egy liter termékre számítva.

⁴A vízfogyasztásra vonatkozó vállalás az elosztóközpontok vízfogyasztása nélkül értendő.

FENNTARTHATÓSÁGI KÜLDETÉSÜNK 2025-IG

Terület	A Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport vállalásai 2025-ig ⁵		
 Táplálkozás	-25% Szénsavas üdítőital portfóliónk kalóriatartalmát 25%-kal csökkentjük (100 ml italra vetítve).		
 Hulladékmentes Világ	100% Minden elsődleges csomagolásunk 100%-ban újrahasznosítható legyen.	35% A palackjaink és aludobozaink csomagolásában 35%-ban újrahasznosított alapanyagot használunk 2025-ig.	75% Az italpalackok 75%-ának megfelelő mennyiségű hulladék visszagyűjtéséhez kell hozzájárulnunk.
 Megújuló energiaforrások	100% Az energiafelhasználásunk 100%-ban megújuló és tiszta forrásokból származzon.	50% A palackozó üzemek teljes energiafelhasználásának 50%-a tiszta és megújuló forrásokból származzon.	
 Károsanyag-kibocsátás csökkentés	-30% A közvetlen szén-dioxid kibocsátásunk 30%-kal mérséklődjön.	50% A hűtőink 50%-át energiatakarékos ICOOLER eszközökre cseréljük.	
 Vízgazdálkodás	-20% A vízhiányos területeken 20%-os vízfelhasználás-csökkentést érünk el.	100% A vízhiányos területeken 100%-os vízellátás biztonság megvalósítása.	

⁵2017-es bázisértékekhez mérten.

5.3 LÉNYEGESSÉGI FELMÉRÉS

A Coca-Cola HBC Magyarországnál jellemző lényeges témákról – a GRI által megfogalmazott irányelveknek megfelelően – az üzletünkre ható külső környezet változásai és a külső és belső érintettek visszajelzései alapján adunk számot.

Az idei jelentésünk témáit 2021-ben külső független fél, a KPMG Tanácsadó Kft. bevonásával elvégzett felmérés alapján határoztuk meg. A felmérés a GRI Standards kiválasztott 32 indikátora és a Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport 12 fókuszterülete („material issues”) mentén került értékelésre és validálásra, amely a vállalatcsoport működését érintő, legnagyobb hatású ügyeket határozta körül.

Lényeges témáinkat helyi felmérés keretében külső és belső érintettjeink bevonásával mértük fel

Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport	GRI Téma	GRI közzététel	Kapcsolódó SDG-k
Csomagolóanyagok, hulladékgazdálkodás	Anyaghasználat	GRI 301	
	Szennyvíz, hulladék	GRI 306	 
Vízgazdálkodás	Víz és szennyvíz	GRI 303	 
Felelős vállalatirányítás	Korrupcióellenesség	GRI 205	
	Versenyellenes viselkedés	GRI 206	
	Környezeti megfelelés	GRI 307	
Klimaváltozás	Energia	GRI 302	
	Kibocsátás	GRI 305	
Emberi jogok és sokszínűség	Sokszínűség és esélyegyenlőség	GRI 405	 
Tápellátás	Vásárlók egészsége és biztonsága	GRI 416	
Fenntartható beszerzés	Beszerzési gyakorlat	GRI 204	
Munkavállalók jóléte és bevonása	Foglalkoztatás	GRI 401	 
	Munkahelyi egészség és biztonság	GRI 403	
Gazdasági hatás	Gazdasági teljesítmény	GRI 201	
Felelős marketing	Marketing és címkézés	GRI 417	

A lényegességi felmérésünkbe minden érintetti csoportunk képviselőit bevontuk online (magyar és angol nyelvű) kérdőívek segítségével. A válaszadás anonim módon zajlott, összesen 110 (56 külső és 54 belső érintett) visszajelzés alapján. A vállalat legfontosabb hatásait a Coca-Cola HBC Magyarország vezetői validálták, akik visszajelzései azonos súllyal lettek figyelembe véve.

Ezek alapján készítettük el a lényeges ügyeink mátrixát, amely útmutatóul szolgált a 2020-as évi teljesítményünk

bemutatásához. Lényeges témáink 15 GRI terület köré összpontosulnak, illetve kiegészülnek 1, a Coca-Cola HBC Magyarország számára lényeges témával (termékminőség és termékmegfelelőség), amelyről a vállalásaink és az átláthatóság érdekében számolunk be. A Coca-Cola HBC csoport részeként kezdeményezéseinkkel és a fontos témáink kezelésével több globális célkitűzéshez is hozzájárulunk, amellyel, hogy lényeges ügyeink a fenntartható fejlődési célokkal (SDGs) is összhangban vannak.

LÉNYEGES ÜGYEINK MÁTRIXA



6 FELELŐSEN A MUNKAVÁLLALÓINKÉRT

6.1 MUNKATÁRSAINK VÉDELME A PANDÉMIA IDEJÉN

A pandémia a munkaerőpiacot is átalakította: számos olyan eseményt észleltünk, amelyekre munkáltatóként rugalmasan és innovatívan kellett reagálnunk. A Coca-Cola HBC-nél fontos alapelv, hogy munkatársaink számára olyan munkahelyet biztosítsunk, amely biztonságos környezetet teremt számukra és megfelel elvárásaiknak.

Rögtön azután, hogy a koronavírus fertőzés megjelent országunkban, Magyarország Kormányának és az egészségügyi hatóságoknak az ajánlását követve olyan intézkedéseket vezettünk be, amelyek munkatársaink egészségének és biztonságának védelmét teljeskörűen biztosította, munkahelytől és munkavégzéstől függetlenül. Intézkedéseink közé tartozott a közösségi távolságtartás, a személyes megbeszélések virtuális térbe terelése, eleinte a külső látogatók teljes korlátozása, amely a későbbiekben indokolt esetben engedélyezetté vált, illetve a rendszeres testhőmérséklet mérés és fertőtlenítés. Mindezek mellett meghoztuk azt a döntést, hogy azok, akiknek lehetőségük engedi és megfelelő technikai háttérrel rendelkeznek, teljes mértékben otthonról végezhesék munkájukat. Azon munkatársaink esetében, akiknél szükséges volt a személyes jelenlét, higiéniai védőeszközöket biztosítottunk (például: egészségügyi maszkokat, kézfertőtlenítő szereket, gumikesztyűt) és belső szabályzatba foglaltuk a közösségi távolságtartás előírásait, ami a telephelyen történő tartózkodás és az irodahasználat feltételeit fektette le ebben a rendkívüli időszakban. A hatékony lépéseknek és az otthonról történő munkavégzés sikeres alkalmazásának köszönhetően tudtuk biztosítani az üzletfolytonosságot, telephelyeink bezárása nélkül.

Munkatársainkkal még szorosabbra fűztük a virtuális térben való kapcsolatot: rendszeres hírlevelekben küldtünk tájékoztatást az aktuális járványügyi hírekről, vezetői üzeneteket közvetítettünk és



a teljes munkavállalói kört érintő online tájékoztató eseményeket szerveztünk. A járvány enyhülésével is hangsúlyos maradt az a törekvésünk, hogy a digitális térben való együttműködést még hatékonyabbá tegyük és ennek eszközeit a lehető legjobban alkalmazzuk. Rendezvényeinket a virtuális térben szerveztük meg. Közös tartottunk karácsonyi ünnepést, több alkalommal hívtunk külsős előadót és ügyvezetői tájékoztatókat és üzleti teljesítményt összefoglaló webinariumokat rendeztünk. Az év során online felméréseket indítottunk, amelyben arra kerestük a választ, hogy munkatársaink hogyan élték meg a folyamatosan változó körülményekhez való alkalmazkodást és milyen további segítségre, támogatásra van szükségük. A koronavírussal kapcsolatos felmérések eredményei alapján munkatársaink közel 90%-a elégedett volt a vállalatától kapott tájékoztatás minőségével.



CSAK NEKED MONDOM!

Munkatársak visszajelzései alapján újtára indítottuk vezetőknél szóló programunkat, amelyben Top150 vezetőnk osztja meg aktuális kihívásait, eredményeiket és releváns vezetői témákat, amelyek őket foglalkoztatják vagy a kollégák számára érdekesek lehetnek.

A JÓLLÉT MEGŐRZÉSE EGY RENDKÍVÜLI ÉVBEN

Munkavállalóinkra való odafigyelés kiemelkedő jelentőségű a Coca-Cola HBC-nél. A vírushelyzet kialakulásával azonnali döntéseket hoztunk annak érdekében, hogy a munkavégzés akadályok nélkül történjen és a változó körülmények ellenére is törekedtünk arra, hogy megtartsuk munkavállalóinkat.

HR stratégiánk alappillére, hogy vállalatunk egy folyamatosan fejlődő, egyre jobb és szerethetőbb munkahely legyen. Működésünk kezdete óta a legfontosabb számunkra, hogy munkavállalóink biztonságban érezzék magukat és pozitív visszajelzéssel legyenek vállalatunkról és büszkék legyenek arra, hogy a Coca-Cola HBC Magyarország közösségének tagjai. Folyamatosan azon dolgozunk, hogy munkavállalóink számára megadjuk a lehetőséget az állandó fejlődésre, biztosítsuk a vonzó szakmai előrelépési lehetőségeket, a munkavégzéshez ideális helyszínt és biztonságos körülményt teremtsünk. Belső

KARÁCSONYI ÜNNEP VIRTUÁLIS TÉRBEN

Munkavállalóink számára online programokat szerveztünk a közös ünneplésre, előadásokkal, workshop-okkal és meglepetéssel hangolódunk rá a karácsonyra. Virtuális gyárlátogatáson kalauzoltuk a vendégeket, munkatársaink gyermekeinek otthonról is élvezhető programokat szerveztünk.

intézkedéseinkkel munkatársaink jóllétét fizikai, anyagi és szociális szempontból is biztosítani kívánjuk. Munkavállalóink elégedettségét nemzetközi sztenderdeknek megfelelő felmérés keretében két évente vizsgáljuk és az eredményekre reagáló szisztematikus összvállalati és funkcionális akcióterveket alakítunk ki. A HR politikánk és intézkedéseink megvalósításáért a HR igazgatónk felelős.

ÚJ VEZETŐI VÁLLALÁSOK

A világvárvány befolyása miatt fontosabbá vált, hogy vállalatunkon belül még erősebbek legyenek a vezető szerepek. Felismerve és megértve a munkatársak megváltozott elvárásait, vezetőségünk új vállalásokat fogalmazott meg:

1.

Önvezetés és felhatalmazás:

pozitív és teljesítmény-orientált gondolkodásmód szerint vezetjük a csapatainkat és arra inspiráljuk őket, hogy hasonlóképp viselkedjenek. Felelősségünk tudatában hozunk döntéseket és számonkérhetők vagyunk az eredményekért.

2.

Ellenvélemények és a félreértések kezelése:

elfogadjuk, hogy a vélemények különbözőek lehetnek, ebből kifolyólag igyekszünk nyugodtan maradni és odafigyelni. Bevonjuk a csapatainkat a különböző lehetőségek, forgatókönyvek kidolgozásába.

3.

A változás élére állás és hit a sokszínűségben:

feladatunk a változás élére állni és rávilágítani arra, hogy ez milyen lehetőségekkel jár. Elfogadjuk és mások felé is hirdetjük a gondolatot, hogy a csapatban rejlő sokszínűség kihasználása mentén jobb eredményeket érhetünk el.

4.

A stratégia végrehajtása és kommunikációja:

elkötelezetté tesszük csapatainkat a vállalati stratégia iránt azáltal, hogy elmagyarázzuk nekik, hogy ők személyesen milyen módon járulnak hozzá a vállalat sikeréhez és biztosítjuk a stratégia végrehajtását. Felelősek vagyunk azért, hogy rendszeresen tájékoztassuk a csapatokat, továbbá azért, hogy visszajelzést adjunk nekik, illetve visszajelzést kérjünk tőlük.

A 2020-ban elvégzett belső felmérésünk rámutatott, hogy jelenleg a munka és a magánélet egyensúlya, valamint az általános jóllét a legfontosabb tényezők a munkavállalók számára. Az ideális munkahely számunkra egyet jelent a párbeszéd, a támogató környezettel és a munkavállalói morállal.

A munkavállalói jóllétet és egészséget támogató programjaink célja, hogy kollégáink mentális és fizikai egészségének megőrzését elősegítsük. A kollégák igénybe vehetik a Medcover Egységközpont szolgáltatásait, illetve a Cafeteria rendszer

keretein belül választható elem az egészségpénztári hozzájárulás. A fentiekén kívül a mentális egészség megőrzésének támogatása érdekében létrejött az Munkavállalói Támogatás Program (MTP), illetve évi rendszerességgel tartunk egészségtudatossági heteket. Támogatjuk a rugalmas munkavégzési lehetőségeket, a pandémia miatt kollégáink nagy része otthoni munkavégzésre állt át, ehhez igazodva a távmunka lehetőségeit és szabályzatát folyamatosan felülvizsgáljuk és igyekszünk azt az üzletmenethez és a munkavállalók igényeihez legjobban hozzáilleszteni.

6.2 MUNKAVÁLLALÓK FEJLESZTÉSE ÉS TEHETSÉGGONDOZÁS

A munkatársainkkal való folyamatos konzultáció fontos annak érdekében, hogy stratégiánk és fókuszpontjaink kialakításánál véleményüket is figyelembe vegyük. Minden esetben a nyitott, visszajelzésen alapuló munkahelyi kapcsolatokban hiszünk és

ezt a vállalati kultúrát képviseljük a szervezeten belül és kívül is. Vállalatunk kiemelt figyelmet fordít dolgozóink minőségi szakmai fejlesztésére, ennek érdekében az elmúlt időszakban számos új digitális képzési megoldással bővítettük eszköztárunkat.

LEARN FEST HUNGARY

2020 novemberében egy online tematikus héten vehettek részt a kollégáink, amelyen a Tanulási és Tehetségfejlesztési csapat minden egyes napon változatos előadásokat, workshop-okat szervezett munkatársainknak.



WORLD OF WINNERS

Arculati ráncfelvarrással és új tartalmi elemekkel bővült a World of Winners programunk, amelyben a kiemelkedő teljesítményt nyújtó munkavállalóinkat jutalmazzuk. 2020-ban 4 kategóriában 218 munkatársunk részesült elismerésben.

**Tanulás és
Fejlődés Díj**
19 díj és
19 díjazott

**Negyedév
Ügyfélközpontú
Munkatárs Díj**
32 díjazott

**Negyedév
Csapata Díj**
29 díj és
147 díjazott

**Beilleszkedést
Segítő
Munkatárs Díj**
20 díjazott

6.3 MUNKAVÁLLALÓK MEGTARTÁSA

Számunkra minden munkatárs egyaránt fontos: mindegyikük egyedülállóan értékes és a velük való együttműködés jelenti a közös sikert. Az év során elsődleges hangsúly a munkahelyek védelmén volt. A munkavállalói létszámban nem történt jelentős változás, és fluktuáció aránya is az előző évhez hasonlóan alakult. Azon pozíciókat, amelyeket a pandémia elsődlegesen érintett sikeresen átcsoportosítottuk olyan területekre, ahol nagyobb szükség volt további munkaerő bevonására és jellemző volt a kompetenciák közötti átfedés. Értékesítési területen dolgozó kollégáink például a vendéglátó (ún. HoReCa) szektor helyett az élelmiszer kiskereskedelemben láttak el feladatokat. Az új felvételeket évközben átmenetileg befagyasztottuk, amely a belépő munkavállalók arányában csökkenést okozott. A körülményekhez igazodva 2020-ban először vettünk részt digitális állásbörzén.

Büszkéek vagyunk, hogy a Coca-Cola Magyarország 2020-ban is megkapta az év Legvonzóbb Munkahelye Díjat az FMCG kategóriában.

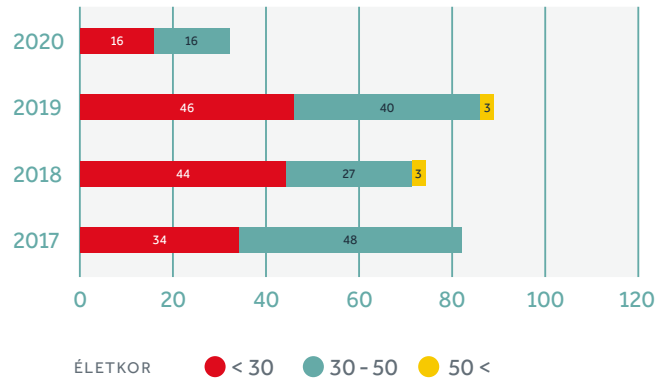
MUNKAVÁLLALÓI LÉTSZÁM VÁLTOZÁSA

	2017	2018	2019	2020
Teljes munkaerő	1 258	1154	1159	1067
Szerződés típus szerint				
Teljes munkaidős	1 251	1144	1146	1056
Férfi	826	767	781	712
Nő	425	377	365	344
Részmunkaidős	7	10	13	11
Férfi	–	–	–	–
Nő	7	10	13	11
Munkaszerződés szerint				
Határozatlan idejű	1235	1134	1130	1043
Férfi	821	763	767	700
Nő	414	371	363	343
Határozott idejű	23	20	29	24
Férfi	5	4	14	12
Nő	18	16	15	12
Státusz szerint				
Munkatárs	1099	1049	1078	997
Férfi	731	724	749	686
Nő	368	325	329	311
Kölcsönzött munkaerő	159	105	81	70
Férfi	95	43	32	26
Nő	64	62	49	44
Lokáció szerint				
Dunaharaszti	1022	957	960	850
Zalaszentgrót	70	65	69	72
Elosztóközpontok	166	132	130	145

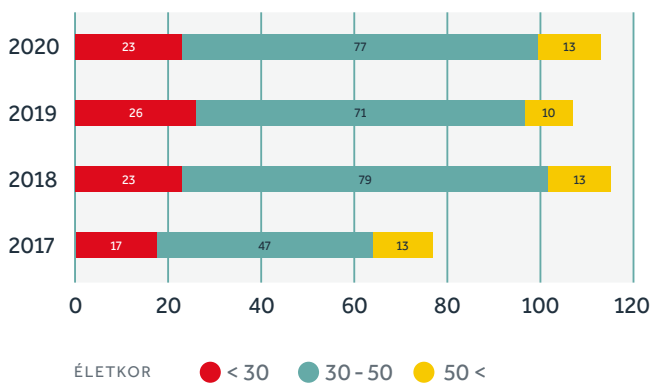
BELÉPŐ FÉRFI MUNKATÁRSOK SZÁMA



BELÉPŐ NŐI MUNKATÁRSOK SZÁMA



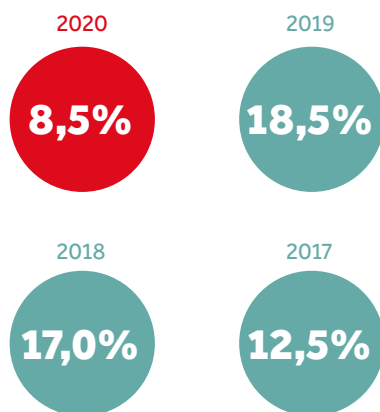
KILÉPŐ FÉRFI MUNKATÁRSOK SZÁMA



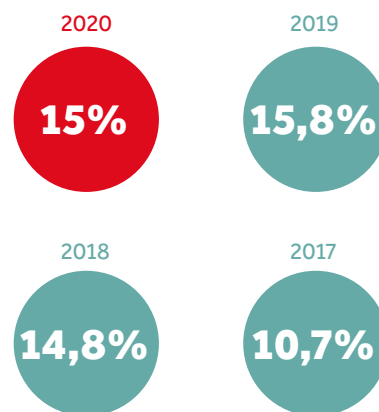
KILÉPŐ NŐI MUNKATÁRSOK SZÁMA



ÚJ MUNKAERŐ ARÁNYA



FLUKTUÁCIÓ ARÁNYA



6.4 MUNKAVÉDELMI RENDSZERÜNK

A megfelelő munkavédelmi rendszer kialakítása az egyik legalapvetőbb része a biztonságos környezetnek. Folyamatosan ellenőrizzük és igyekszünk minimálisra csökkenteni a munkaegészségügyi és biztonsági kockázatokat és ennek megfelelő környezetet és feltételeket biztosítani minden munkavállalóink számára.

Munkavédelmi folyamatainkat minden telephelyünkön az OHSAS 18001 (MEBIR 28001) szabvány szerint működtetjük a vonatkozó jogszabályoknak, a The Coca-Cola Company, valamint vállalatcsoportunk belső elvárásainak megfelelően. Munkavédelmi rendszerünket független külső szervezet, az SGS Hungária rendszeresen felülvizsgálja és tanúsítja, ezen kívül integrált belső audit tervünknek megfelelően rendszeres belső auditokkal is ellenőrizzük. A munkavédelmi irányítási rendszer részeként évente meghatározzuk a munkavédelemmel kapcsolatos feladatokat és felelősségeket, ami az éves üzleti tervünk része.

A munkavédelmi rendszerünket egyéb irányítási rendszerekkel együtt integráltan működtetjük, melynek hangsúlya a megelőzésen van. Munkavédelmi szempontú

kockázattértékeléseinket évente felülvizsgáljuk minden területen (például a termelés, raktári folyamatok, irodai munkavállalók és piaci értékesítési csapat folyamatokat is) és fejlesztő intézkedéseket hozunk, amennyiben szükséges. A kockázattértékeléseken kívül a Coca-Cola HBC vállalatcsoport és a The Coca-Cola Company munkavédelmi szempontú szabályait is betartjuk, melyek sokszor szigorúbbak a magyar munkavédelmi előírásoknál is. Ezen kívül vállalatcsoport szintű munkavédelmi programokat működtetünk, biztosítva ezzel a munkavédelmi folyamatok folyamatos fejlesztését és közben arra törekszünk, hogy a lehető legnagyobb mértékben bevonjuk munkavállalóinkat. A viselkedés alapú munkavédelmi program (Behavior Based Safety) és a majdnem balesetek (Near miss) program keretében munkavállalóinkat folyamatosan arra ösztönözzük, hogy jelentsék a munkavédelmi szempontból kockázatos eseteket, amit egy online platformon tehetnek meg. Az új belépők számára munkavédelmi oktatásokat szervezünk, míg a korábban csatlakozott kollégák éves gyakorisággal vesznek részt képzéseken. Évente szervezünk tematikus Munkavédelmi hetet (Safety week), amelyen minden nap egy adott téma köré épített tájékoztatáson vesznek részt a munkavállalók. A hétköznapiakban figyelemfelhívó, havi tájékoztatókat teszünk közzé (Toolbox talks).

MUNKAHELYI BALESETEK SZÁMA

	2017	2018	2019	2020
Sérülések⁶	7	6	4	7
Férfi	5	4	3	6
Nő	2	2	1	1
Ebből: munkaidő kieséssel járó balesetek	3	4	3	5
Elvesztett (kiesett) napok	68	83	115	54
Férfi	62	75	83	40
Nő	6	8	32	14
Távolléti napok	6122	6094	5452	6672
Foglalkozásból eredő betegségek	0	0	0	0
Halálozások	0	0	0	0

A munkával kapcsolatos balesetek aránya⁷ 0,7-0,9 között volt 2017 és 2020 között. Munkavédelmi politikánkat minden évben felülvizsgáljuk és szükség esetén módosítjuk, amelyet az ügyvezető igazgatónk hagy jóvá. A munkavédelmi politika (ahogy az összes egyéb QSE politikánk is) elérhető minden munkavállalóink számára telephelyeinken és elektronikus formában is.



Munkaegészségügyi és Munkabiztonsági Politikánkról bővebben a honlapunkon tájékozódhat.

⁶A táblázatban szereplő értékek saját munkavállalóinkra vonatkoznak. Olyan dolgozók esetében, akik nem a vállalatunk alkalmazásában állnak (kölszönzött munkaerő), 2020-ban 4 sérüléssel végződő eset történt.

⁷A vállalat méretéből fakadóan az arány kiszámítását 200 000 munkaóra vetítve adtuk meg. Az arányszám az egy FTE-re jutó munkahelyi sérülések és munkaórák tekintetében került kiszámításra.

6.5 EMBERI JOGOK ÉS SOKSZÍNŰSÉG

Az emberi jogok tiszteletben tartása alapvető a Coca-Cola HBC és azon közösségek fenntarthatóságához, amelyekben működünk. Vállalatunknál biztosítjuk, hogy az emberekkel méltósággal és tisztelettel bánjanak. Működésünk során nap, mint nap különböző társadalmi és kulturális háttérrel rendelkező érintettekkel kerülünk kapcsolatba. Az emberi jogok tiszteletben tartását, sokszínűséget

és az esélyegyenlőség elveit nem csak munkáltatóként a saját működésünkben, de üzleti partnerként az ellátási lánc egészében is képviseljük. Elköteleztük magunkat, hogy az érintett közösségekbe bevonjuk az érdekelteket, és ezáltal biztosítsuk, hogy üzleti tevékenységünk során meghallgadjuk a véleményüket, abból tanulunk, és azt figyelembe vesszük.

A MUNKAVÁLLALÓI SZINTEK⁸ MEGOSZTLÁSA NEM ÉS KOROSZTÁLY SZERINT

	Férfi	Nő	<30	30-50	50+
Összes munkavállaló⁹	67%	34%	21%	65%	14%
Front Line vezetői szint	72%	28%	16%	71%	14%
Change vezetői szint	58%	42%	0%	96%	4%
Top 300 vezetői szint	89%	11%	0%	100%	0%
Professionals szint	42%	58%	32%	59%	10%
Troopers szint	69%	31%	25%	67%	8%
Future Driver szint	30%	70%	100%	0%	0%
Supporter	81%	19%	13%	65%	22%

Munkáltatóként a teljeskörű esélyegyenlőség mellett vagyunk elhivatottak, amelyet Üzletszabályzatunk, Esélyegyenlőségi és Emberi jogi politikánk garantálnak. Minden munkavállalónk ugyanarra a tiszteletre és megbecsülésre jogosult, és előmenetelét semmilyen, a teljesítménnyel nem összefüggő körülmény nem befolyásolhatja. Zéró toleranciát hirdetünk a faji, vallási, nemi, szexuális orientációt érintő vagy egyéb megkülönböztetések ellen, és minden ilyen

jellegű gyanút etikai eljárásrendünknek megfelelően teljeskörűen kivizsgálunk.

Üzleti partnereinkkel szemben is megköveteljük az etikus működést. Minden üzleti partnerünknek el kell fogadnia Beszállítói irányelveinket, amely előírja többek között az emberi jogok és a munkavállalói jogok tiszteletben tartását, valamint a diszkrimináció tilalmát.



Emberi jogi irányelveinkről
bővebben a honlapunkon
tájékozódhat.

⁸Munkavállalói szintek osztályozása:

Supporter: támogató munkakörök, például adminisztrátor, fizikai munkát végző munkatárs.

Troopers: értékesítők, például üzletfejlesztők, telefonos értékesítők, AW Key Account Manager-ek.

Professionals: specialisták/szakértők.

Front Line Leaders: csapatvezetők, supervisor-ok, Key Account Manager-ek.

Change Leader: stratégiai fontosságú vezetők.

Top 300: funkcióvezetők.

Future Driver: gyakornoki programban résztvevő munkavállalók.

⁹Az munkavállalói megoszlás eredményei a kölcsönzött munkaerővel együtt értendők.

7 FENNTARTHATÓAN A KÖRNYEZETÉRT

A vállalati fenntarthatóság és felelősségvállalás a Coca-Cola HBC Magyarország kultúrájának nélkülözhetetlen része. Felelős gazdasági szereplőként fontosnak tartjuk, hogy kezeljük a működésünkben származó környezeti kockázatokat és számos területen pozitívan járunk környezetünk és természeti erőforrásaink védelméhez. A COVID-19 okozta helyzetben vállalatunk fenntarthatósági törekvései folyamatosan napirenden maradtak és még inkább megerősítették elkötelezettségünket a téma irányába.

Fenntarthatósági célkitűzéseink szorosan összekapcsolódnak, így egy olyan átfogó stratégiai megközelítésre törekszünk, amely környezetünket több szempontból is támogatni tudja. Fenntarthatósági tevékenységünk egyik eleme a Hulladék-

mentes Világ (World Without Waste) stratégiánk. Ennek részeként egy a termékeink teljes életciklusán átívelő, fenntartható körforgás kialakításán dolgozunk, amely magában foglalja a termékek és csomagolás tervezését és visszaforgatását, a gyártási folyamatokat, valamint szorosan kapcsolódik a víz- és energiagazdálkodásunkhoz is. Mind-emellett gondoskodunk arról is, hogy a felelős, fenntartható működési folyamatok kialakítása munkavállalóink és fogyasztóink tudatosságának növelésével párhuzamosan történjen, hiszen úgy gondoljuk, hogy a széleskörű együttműködés a siker alapja. Fenntarthatósági stratégiánk és célkitűzéseink üzleti céljainkhoz elválaszthatatlanul kapcsolódnak, valamint egyben a működési növekedésünk mozgatórugója.

7.1 CSOMAGOLÁS, ÚJRAHASZNOSÍTÁS ÉS HULLADÉKGAZDÁLKODÁS

ÚTON A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG FELÉ

ÚJRAHASZNOSÍTÁS

- Iparági kötelezettségvállalás az újrahasznosítás mértékének növelésére
- Új megoldások keresése a műanyag hulladék újrahasznosításának kezelésére

EGYÜTTMŰKÖDÉS

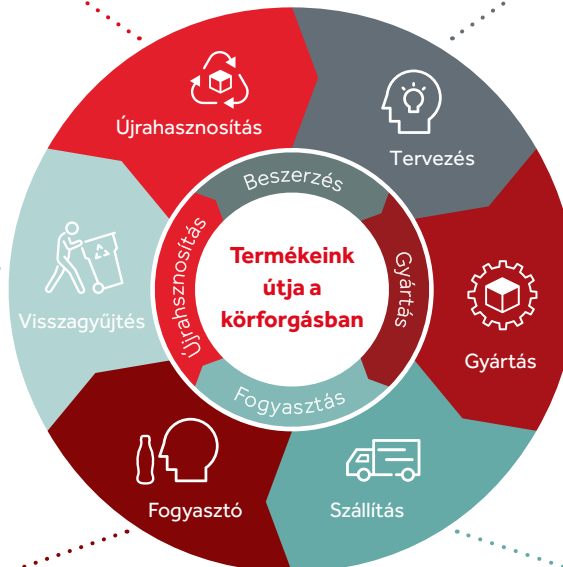
- Fogyasztókkal
- Beszélgetéssel/partnerekkel
- Kormányzati szervekkel

TUDATOSSÁG

- Szelektív műanyag hulladék gyűjtése
- Műanyag újrahasznosítás
- Fogyasztók, civil szervezetek, partnerek bevonása és képzése

SZEMLÉLETFORMÁLÁS

- Az újrahasznosított műanyag iránti igény felkeltése
- Helyi kereslet növelése az újrahasznosított PET irányába
- Társadalmi szemléletformálás és edukáció



INNOVÁCIÓ ÉS TERMÉKFEJLESZTÉS

- Tervezési megoldások: kis súly/nagy teljesítmény
- Újrahasznosíthatóság maximalizálása
- Italcsomagolásainkban
- Használat/Kezelés/Elszállítás

ALTERNATÍV NYERSANYAGOK

- Újrahasznosított, megújuló és bioalapú nyersanyagok tesztelése és használata

ÖKOLÓGIAI LÁBNYOM CSÖKKENTÉSE

- Szén-dioxid kibocsátás
- Megújuló energiaforrások
- Hulladék-újrahasznosítás
- Vízgazdálkodás

LOGISZTIKAI FOLYAMATOK JAVÍTÁSA

- Szállításához szükséges csomagolás csökkentése
- Infrastruktúra fejlesztések a gyorsabb szállítás érdekében



A műanyag hulladékok nem megfelelő kezelése komoly környezeti problémát jelent napjainkban. Az elmúlt évek során azon dolgoztunk, hogy egyre inkább részesei legyünk a körforgásos gazdaság kialakításának, amely az alapanyagok felesleges vagy pazarló használatát kerüli el és biztosítja értéküket a körforgáson belül. A műanyag hulladékok újrahasznosításának elősegítésén túl egy széleskörű megoldás részeseivé szeretnénk válni. A Coca-Cola HBC Magyarország csomagolásaink összegyűjtése és újrahasznosítása, valamint partnerségei és együttműködése által a körforgásos gazdaság megteremtését szorgalmazza.



BESZERZÉS

Az újrahasznosított műanyag alapanyagok beszerzése kulcsfontosságú eleme az rPET arány növelésének palackjainkban. A beszerzési lehetőségek nagyban meghatározzák vállalásaink teljesítését, azonban törekszünk az újrahasznosított alapanyagok minél nagyobb mértékű felhasználására. Terméktervezésünk is ezt a célt szolgálja, így palackjaink 100%-ban újrahasznosíthatók és igyekszünk más alternatív csomagolóanyagokat is úgy alakítani, hogy azok teljes mértékben a körforgásos szemléletet kövessék.



GYÁRTÁS

Működésünk során a környezetre gyakorolt negatív hatások csökkentésére is figyelmet fordítunk. Tudatos és felelős irányítás jellemzi gyártási folyamatainkat, amely során energiafelhasználásunk és vízgazdálkodásunk optimalizálására törekszünk. A hatékony erőforrás-felhasználáson túl az alternatív alapanyagok alkalmazásának lehetőségeit is folyamatosan vizsgáljuk, ilyen többek között a 2020-ban tesztfázisba lépett bioalapú papírcsomagolásunk.



FOGYASZTÁS

A célok elérése azonban nem működik összefogás nélkül. Partnereinkkel való együttműködéseink mellett a társadalmi szemléletformálásra és edukációra is nagy hangsúlyt fektetünk. Italpalackjaink kupakján figyelemfelkeltő üzenetekkel ösztönözzük fogyasztóinkat a szelektív hulladékgyűjtésre. A szelektív gyűjtést népszerűsítő kampányok mellett, vállalatunk közvetlenül is részt vesz a hulladék begyűjtésére és újrahasznosítására irányuló programokban.



ÚJRAHASZNOSÍTÁS

A csomagolóanyagok visszagyűjtésével és újrahasznosításával megvalósítható körforgás a csomagolási hulladékok kezelésének leghatékonyabb módja. A civil szervezetekkel való együttműködésen túl partnerséget igyekszünk kiépíteni szállítóinkkal, iparági és szakmai szervezetekkel és döntéshozókkal a közös cél érdekében. Vállalatunk évek óta aktív résztvevője azon párbeszédnek, amely a hulladék visszagyűjtését igyekszik elősegíteni Magyarországon, a körkörös gazdasági folyamatok élénkítését támogatva.

CÉL A HULLADÉKMENTES VILÁG

A Hulladékmentes Világ stratégiánk egy ambiciózus és jövőbe mutató szemlélettel igyekszik javítani a csomagolóanyagok, elsősorban a műanyag csomagolások környezetre gyakorolt negatív hatásainak visszaszorítását. Célunk, hogy termékeink

minél tovább és minél magasabb minőségben maradjanak a gazdasági keringésben, amely eredményként kevesebb új nyersanyag-felhasználás szükséges.

HULLADÉKMENTES VILÁG STRATÉGIA VÁLLALÁSAINK:



100%

2030-ig minden elsődleges csomagolásnak 100%-ban újrahasznosíthatónak kell lennie – a Coca-Cola HBC Magyarország által használt italcsomagolások 100%-ban újrahasznosíthatóak



35%

50%

A palackjaink és aludobozaink előállításához növekvő arányban újrahasznosított alapanyagot kell felhasználni – 2025-ig 35 százalék, 2030-ra 50 százalék a cél



75%

100%

2025-ig az italpalackok 75 százalékának, 2030-ra pedig az italpalackok 100 százalékának megfelelő mennyiségű hulladék visszagyűjtéséhez kell hozzájárulni.

IPARÁGI EGYÜTTMŰKÖDÉS AZ ÚJRAHASZNOSÍTOTT MŰANYAGÉRT

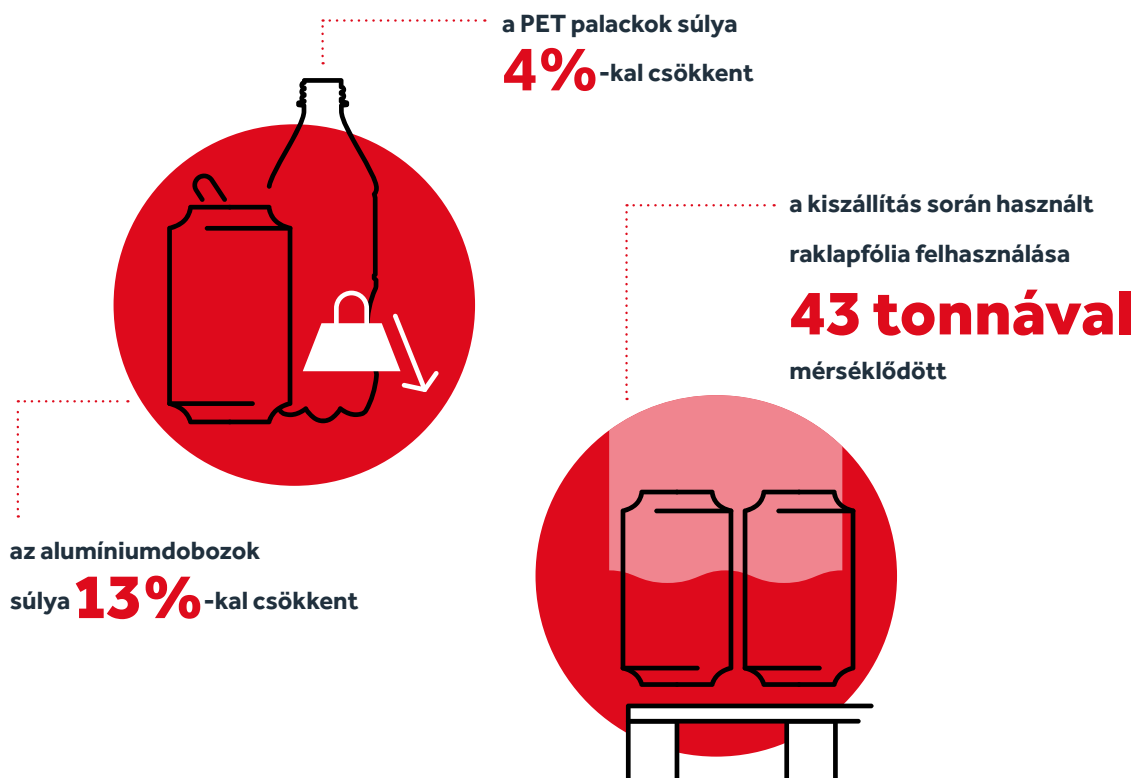
A Coca-Cola HBC Magyarország a Magyar Ásványvíz, Gyümölcslé és Üdítőital Szövetség tagjaként elkötelezte magát, hogy 2030-ig 50%-ra növelje az újrahasznosított műanyag alapanyagok arányát palackjaiban. Az iparági összefogás célja, hogy ipari mértékben tegyenek elérhetővé újrahasznosított műanyagot, ezáltal megteremtve a körforgásos gazdaság alapjait. 2020-tól kezdődően a szövetség tagjai vállalják, hogy 2025-ig 30%-ra, 2050-ig pedig 50%-ra emelik az újrahasznosított műanyag arányát

termékeik csomagolásában. Valamennyi tagvállalat saját kommunikációs kampányt szervez a szelektív hulladékgyűjtés népszerűsítésére és további marketing eszközökkel igyekszik a társadalmi szemléletformálás részese lenni. A Coca-Cola Magyarországnál a csomagolóanyagok visszagyűjtésére és újrahasznosítására termékeink kupakján lévő üzeneteken – 'Nem vagyok szemét! Hasznosíts újra!' – keresztül buzdítjuk fogyasztóinkat a minél nagyobb arányú visszagyűjtés érdekében.

CSOMAGOLÁSTERVEZÉS- ÉS FEJLESZTÉS

A csomagolási hulladék számunkra stratégiai fontosságú környezetvédelmi téma, hiszen az alapvető üzleti folyamatunkhoz kapcsolódó problémakörrel van szó, amelynek megoldása egyre sürgetőbb. A megfelelő csomagolás elengedhetetlen a termékeink frissessége és

élelmiszerbiztonsági szempontja miatt. A csomagolóanyagok – mind a PET palackok, mind az alumínium dobozok – esetében folyamatosan fejlesztéseket végzünk, elsősorban a csomagolóanyagok súlyának csökkentésével.



A fejlesztéseknek köszönhetően 2020-tól az alumínium dobozos üdítőitalok csomagolásához éves szinten közel 170 tonnával kevesebb alumíniumot használunk fel. Továbbá 2020-ban megkezdtük a kiszállítás során alkalmazott raklapfólia felhasználásának kiváltását is, aminek eredményeképpen ebből az anyagból az előző évhez képest már 43 tonnával kevesebbet használunk fel. Mivel a csomagolás kevesebb anyagot tartalmaz, ezáltal jóval könnyebbek a termékek, így a szállítás is kisebb erőforrást, energiát igényel.

A csomagolást illető vállalásunk másik fő pillére az újrahasznosított műanyag (rPET) arányának növelése PET palackjainkban. 2020-ban átlagosan 16,8% volt az újrahasznosított műanyag aránya.¹⁰ Az újrahasznosított alapanyagfelhasználás lehetőségeire jelentős hatással volt a COVID-19 okozta válság, tekintettel a lecsökkent begyűjtési lehetőségekre, illetve egyes hulladékfeldolgozó kapacitások

limitált elérhetőségére a járvány idején. A koronavírus járvány hatására történő leállások és korlátozások a kereslet-kínálati összhang elmozdulását okozták az újrahasznosítási értéklánc területén. A műanyag-újrahasznosító cégek piaci lefedettsége csökkent, miközben az rPET iránti kereslet növekedett. Továbbá az újrahasznosított műanyagot előállító vállalatok piaci helyzetét hátrányosan érintették az olajiparban végbemenő változások is, amelyek komoly árcsökkenést okoztak a szűz műanyag piaci értékére vonatkozóan. Vállalatunk célja továbbra is az rPET arány növelése palackjainkban, annak ellenére, hogy a járványhelyzet lassíthatja annak elérését.

Csomagolási stratégiánkban törekszünk az új, innovatív technológiák nyújtotta lehetőségek kihasználására. Fontos számunkra, hogy ne csupán a jelen problémáinak megoldásán dolgozzunk, hanem olyan jövőbe mutató lehetőségeket is kihasználjunk, amelyek az újrahasznosítást segítik elő.

100% PAPÍR, 100% ÚJRAHASZNOSÍTOTT ANYAGOK

Az innováció szerves része csomagolástervezési- és fejlesztési törekvésünknek. A 2019-ben indult Paboco Pioneer Community – amelynek a The Coca-Cola Company az egyik alapítótagja – azon dolgozik, hogy a világon elsőként olyan, teljesen bioalapú és újrahasznosítható papírpalackot hozzon létre, ami üdítők, szépségápolási cikkek és más mindennapos fogyasztói termékek csomagolásaként is szolgálhat. 2020-ban az újrahasznosítható papírpalack prototípusa már elkészült, amely a papír borítás mellett újrahasznosítható bélésből és kupakból áll. Az elkövetkező években az első generációs palack továbbfejlesztésén dolgozunk majd. A bioalapú csomagolások különösen fontosak hiszen jó ellenállóképességgel bírnak a vízgőzzel szemben, ezáltal remekül használhatóak italtermékek csomagolására, mindemellett a természetre gyakorolt hatásuk jóval kedvezőbb, mint más csomagolási megoldásoknak. Az első generációs palackunk is ennek jegyében készült, amely egyelőre a papírváz mellett még egy vékony műanyag réteget tartalmaz, amely 100%-ban újrahasznosítható.



¹⁰A kalkulációs módszer 2020-tól kezdve megváltozott, amely a korábbiaknál alacsonyabb arányszámot eredményezett. A 2019-es érték ennek megfelelően 19,9%-ra változott, amely szintén alacsonyabb a tavaly közölt adatoknál.

HULLADÉKGAZDÁLKODÁS

A hulladékgazdálkodási folyamatainkat ISO 14001:2015 környezetirányítási rendszerünk biztosítja. Célunk a gyártás során keletkező hulladék mennyiségének folyamatos csökkentése és kezelése, valamint a lerakóba kerülő hulladékmennyiség minimalizálása. A tudatosság jegyében igyekszünk minél több hulladékot funkciójának megfelelően továbbértékesíteni (például hordókat, kannákat, IBC tartályokat), ezzel meghosszabbítva hasznos élettartamukat új célterületeken. A hulladék mennyiségére és újrahasznosítására éves szinten célokat határozzunk meg, amelyeket fenntarthatósági csoportunk folyamatosan nyomon követ. A hulladék mennyiségének csökkentésére és az újrahasznosításra irányuló elköteleződésünket Környezetvédelmi politikánk foglalja össze.

A hulladékok mennyiségének csökkentése mellett a lehető legnagyobb arányú hasznosításra törekszünk. Gyártási folyamataink során elsősorban az alapanyagok csomagolásából származó műanyag és karton hulladék keletkezik, míg veszélyes

hulladék főként a hidegital szervíz tevékenységéből és egyes műszaki berendezések cseréjéből származik. 2017 óta a dunaharaszti üzemünk területén keletkezett hulladékot 100%-ban újrahasznosítjuk. Gyártóegységeinkben és elosztóközpontjainkban szelektíven gyűjtjük a hulladékot. A hulladéklerakást teljes mértékben szeretnénk kiküszöbölni, így azokat a hulladékokat, amelyeket nem lehet hasznosítani, energiatermelés céljából égetőbe küldjük. Dolgozóinkat minden évben oktatás keretében tájékoztatjuk a hulladék újrahasznosítás fontosságáról és megfelelő kezeléséről, illetve rendszeresen keressük az új hulladékgazdálkodási lehetőségeket.

A hulladék mennyisége 2020-ban majdnem 30%-kal csökkent, amely a pandémia okozta termelési volumen változásának tudható be. Az elmúlt éveknek köszönhetően a szelektív hulladékgyűjtés és az újrahasznosítás nagy hangsúlyt kapott, amely által az újrahasznosított veszélyes és nem veszélyes hulladékok együttes aránya 2020-ra elérte a 99,96%.

	2016	2017	2018	2019	2020
Összes hulladék mennyisége (tonna)¹¹	3 380	4 007	3 396	4 227	3 039
Nem-veszélyes hulladék	2 967	3 489	2 744	3 437	2 411
Újrahasznosítás	2 726	3 203	2 372	3 076	2 140
Égetés	234	282	369	359	270
Lerakás	6	4	2	2	1
Veszélyes hulladék	413	518	652	790	628
Égetés	413	518	652	790	628

¹¹A táblázatban található számok a dunaharaszti és zalaszentgróti üzemeinkben keletkezett hulladékok mennyiségét mutatják.

7.2 FENNTARTHATÓ ALAPANYAG-BESZERZÉS

Termékeink alapanyag beszerzése és beszállítóink teljesítménye nagyban hozzájárul a gazdasági, működési és környezeti lábnyomunk nagyságához, így beszerzési folyamatainkban is igyekszünk felelős módon eljárni.

ALAPANYAGOK FENNTARTHATÓ FORRÁSBÓL

Az alapanyag-szükséglet jelentős részét természetes nyersanyagok teszik ki, amelyek elérhetőségét és biztonságát számos globális kihívás befolyásolja. A beszállítóink teljesítménye ezen a téren közvetlenül érinti a mi teljesítményünket.

Elköteleztünk vagyunk, hogy a Coca-Cola rendszerben olyan beszállítókkal működünk együtt, akik biztosan és igazoltan fenntartható módon szerzik be mezőgazdasági alapanyagaikat.

Alapanyagaink



Termékeink előállításához használt alapanyagok

- cukor és édesítőszerek
- koncentrátum
- szén-dioxid
- nitrogén
- víz



Csomagolások előállításához használt alapanyagok

- műanyag (PET)
- üveg
- alumínium
- acél
- karton



FELELŐS BESZERZÉSI POLITIKÁNK

Vállalatunk felelős magatartásának része, hogy beszállítóinkat független érvek mentén válasszuk ki. Ennek érdekében olyan belső szabályzatokat alkotunk, melyek alapján auditálható módon, a szükséges számú és minőségű ajánlat bekérését és értékelését követően igazságos, átlátható és ellenőrizhető módon választjuk ki a beszállítóinkat. Minden esetben törekszünk arra, hogy a potenciális beszállítók széles köre kerüljön meghívásra az általunk indított tenderekre.

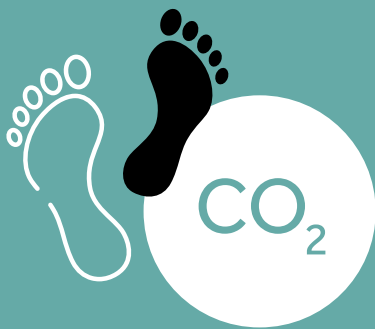
A kiválasztási folyamat során a beszerzési osztály munkatársai együttműködnek az érintett osztály vezetőivel, szakmai tapasztalatukkal segítve a folyamat pártatlanságát. Beszerzési

szabályzatunk nem csak a folyamat lépéseit, de alapelveit is lefekteti, és ellenőrizhetővé teszi azok betartását. Minden új beszállítónk esetén minőségügyi kockázatelemzés alapján vizsgáljuk, hogy megfelelnek-e magas minőségi elvárásainknak. Független harmadik fél bevonásával rendszeresen végzünk ellátási lánc auditokat, ahol nem csak a jogszabályi megfelelést, de a Coca-Cola HBC csoport politikáinak való megfelelést is vizsgáljuk. Mindemellett a The Coca-Cola Company is rendszeresen auditálja vállalatunkat és beszállító körünket.

7.3 ENERGIAHATÉKONYSÁG ÉS KLÍMAVÉDELEM

Alapvető működésünk, azaz termékeink előállítása és szállítása nem lehetséges megfelelő mennyiségű energia biztosítása nélkül. A tevékenységünkhöz szükséges energiát hatékonyan használjuk

fel, miközben csökkentjük az energiafogyasztásunkból eredő szén-dioxid, valamint egyéb üvegházhatású gázok kibocsátását.



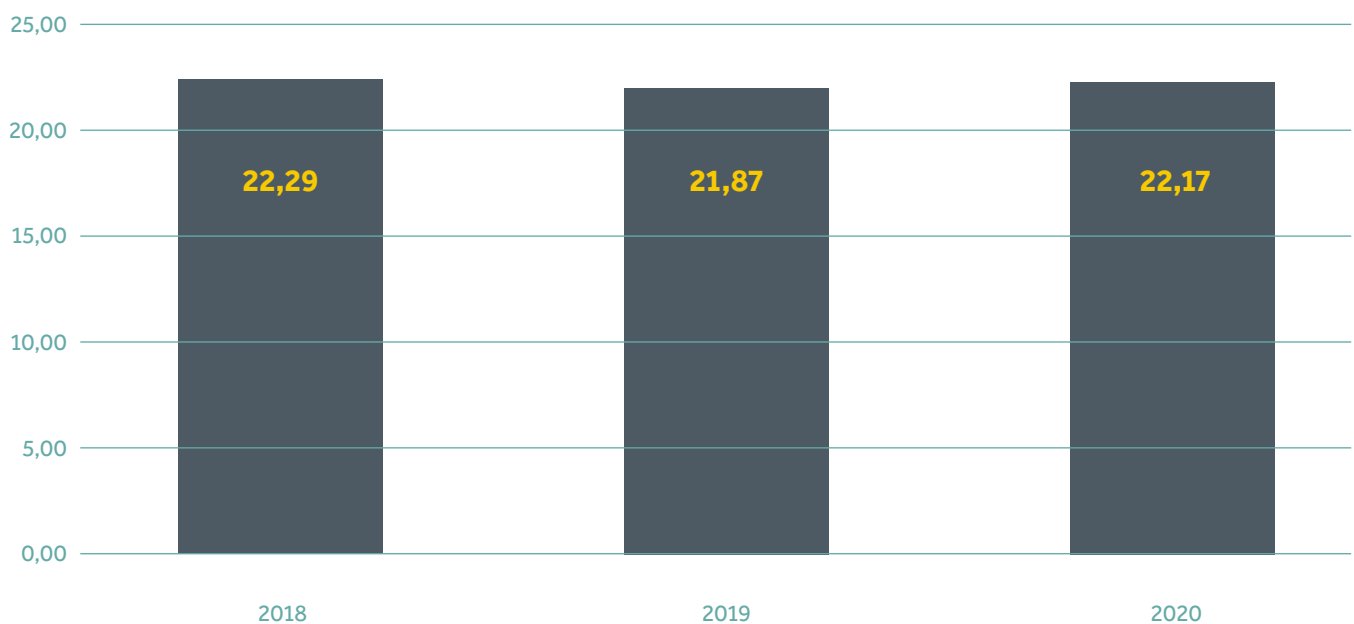
SZÉN-DIOXID LÁBNYOMUNK CSÖKKENTÉSE

A klímaváltozásra gyakorolt hatásunk csökkentése érdekében számos energia-hatékonysági intézkedést vezetünk be az évek során. Kibocsátásunkat folyamatos nyomon követjük, hogy pontos képet kapjunk a működésünkből fakadó üvegház-hatású gázokról. Mindez hozzásegít ahhoz, hogy megbizonyosodjunk arról, hogy hosszú távon megfelelő célokat határozzunk meg és folyamatos fejlődést érhetünk el az adott területen.

Vállalatunk legjelentősebb közvetlen szén-dioxid kibocsátása a palackozó üzemeink energiafogyasztásából, illetve a géppark működéséből származik. Emellett – közvetett módon – az alapanyagok beszerzése (összetevők és csomagolás), a logisztikai folyamatok, valamint a hűtött italokat kínáló berendezések működése járul hozzá a szén-dioxid lábnyomunkhoz.

A Coca-Cola HBC Magyarországnál figyelemmel kísérjük vállalatunk működésének közvetlen (Scope 1) és közvetett (Scope 2) üvegházhatású gázkibocsátását, illetve intenzitásának alakulását. A CO₂-intenzitási mutatónkat az egységnyi előállított termékre jutó közvetlen és közvetett kibocsátás alapján számítottuk ki, amely 2020-ban jóval alacsonyabb (22,17gCO₂/lpb) volt mint a kitűzött célszám (32gCO₂/lpb).

SZÉN-DIOXID KIBOCSÁTÁS INTENZITÁS (gCO₂/lpb)

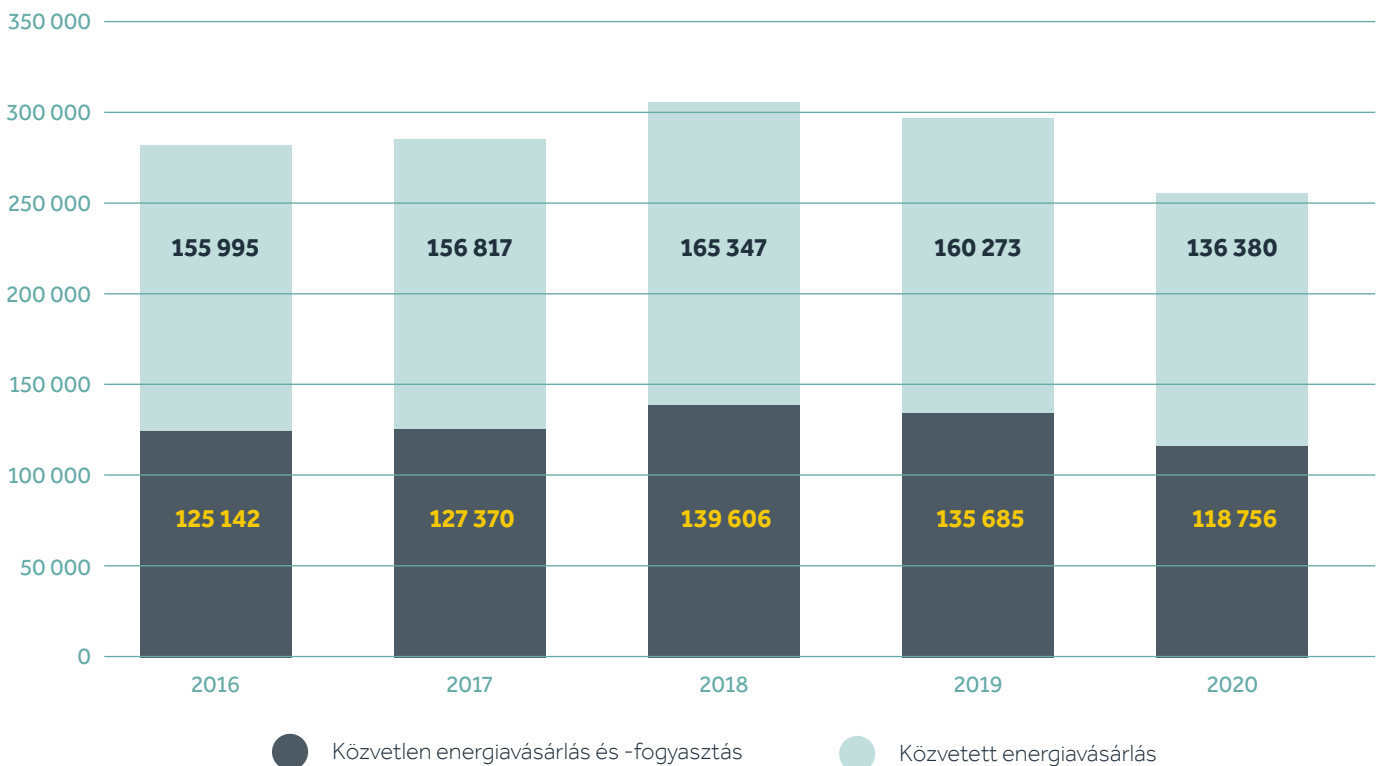


ENERGIAHATÉKONYSÁG

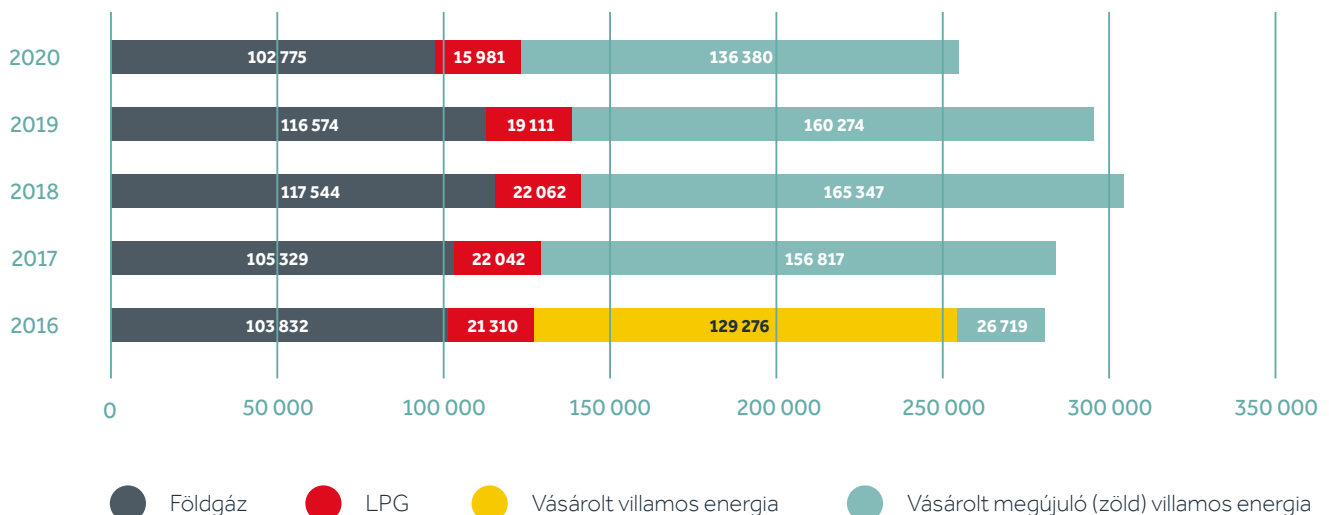
Energiagazdálkodásunkat az ISO 50001 energiairányítási rendszerünk foglalja keretbe, amelyet az SGS Hungária tanúsít. A rendszer által folyamatosan monitorozzuk teljesítményünket, amely lehetőséget teremt az állandó fejlődésre. Éves akcióterveink hozzájárulnak a hatékonyság javításához és az energiafogyasztásunk csökkentéséhez. A munkatársaink

figyelmét éves oktatások alkalmával rendszeren felhívjuk az energiahatékonyság és fenntarthatóság fontosságára. Kapcsolódó tevékenységünket Energiapolitikánk rögzíti, amely a vállalat weboldalán mindenki számára elérhető. A céljaink teljesülésének figyelemmel követéséért a Fenntarthatósági vezetőnk felelős.

TELJES ENERGIAFELHASZNÁLÁS (GJ)



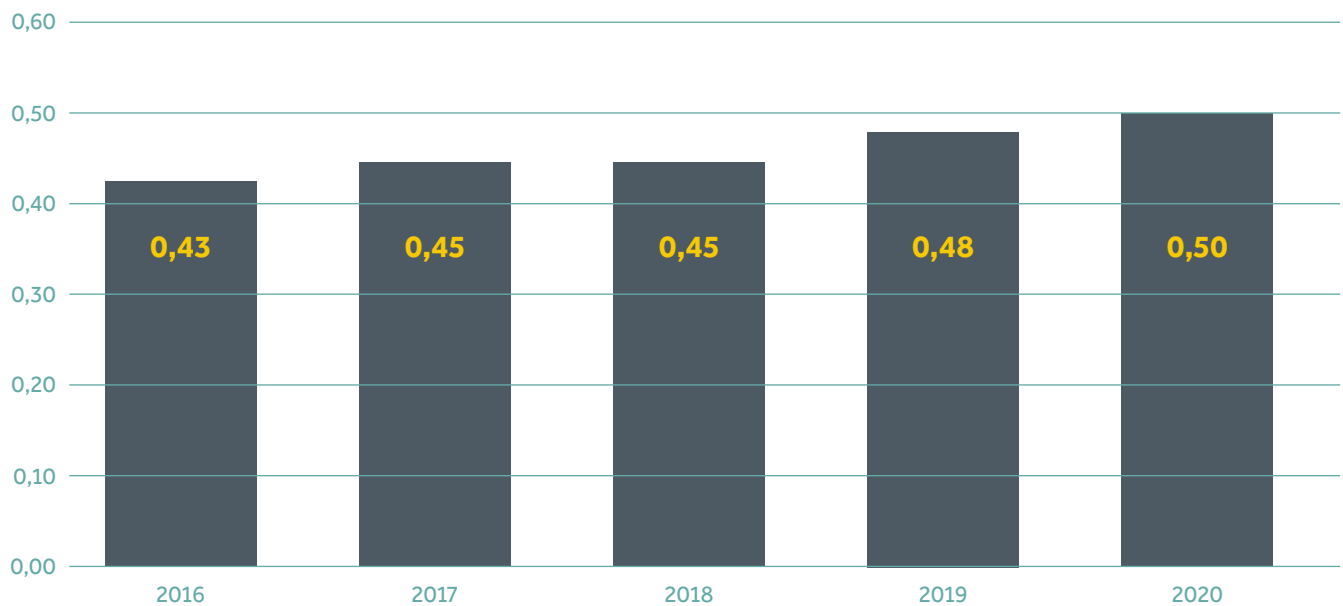
ENERGIAFORRÁSOK MEGOSZLÁSA (GJ)



Az energiafogyasztásunk 2020-ban abszolút értékben csökkent. A teljesítményünk követésére fontosnak tartjuk fajlagos mutatószámok bemutatását is, amelyből a legfontosabb az egységnyi legyártott termékmennyiségre jutó energiafogyasztás, amelyet évről évre javítani igyekszünk. Energiaintenzitási mutatónk az előző évi (0,48 MJ/liter) teljesítményhez képest némileg növekedett 2020-ban: egy liter termék előállításához 0,49 MJ

energia került felhasználásra. Ennek elsődleges magyarázata, hogy pandémiás időszak ellenére gyártási folyamataink szinte teljes kapacitásban működtek, miközben az előállított termékeink volumene közel 20%-kal csökkent. Teljesítményünk javítása érdekében telephelyeinken folyamatosan vizsgáljuk az energiahatékonysági és megújuló erőforrásokat célzó beruházási lehetőségeket.

ENERGIAINTENZITÁS (MJ/L)



A MEGÚJULÓ ENERGIAFORRÁS HÍVEI VAGYUNK

Büszkék vagyunk arra, hogy gyártóüzemeink 100%-ban zöld áramot használnak. Zalaszentgróti gyárunk zöld működését hőszivattyúk is segítik, amelyek zöld hőenergiával látják el az üzemet, ennek köszönhetően majdnem teljes mértékben karbonsemlegesen működik.

Gyártóüzemeink
100%-ban zöld
árammal működnek.

7.4 VÍZGAZDÁLKODÁS ÉS VÍZVÉDELEM

A Coca-Cola HBC Magyarországnál úgy véljük, hogy természeti adottságaink védelme kulcsfontosságú szerepet tölt be üzleti folyamatainkban. A víz gyártási folyamataink elsődleges összetevője, elengedhetetlen alapanyag termékeink, valamint a termelésünkhöz felhasznált mezőgazdasági alapanyagok előállításához. A felelős vízfelhasználás minden folyamatunkat és az ellátási láncunkat is egyaránt áthatja. A vízgazdálkodási tevékenységünket Környezetvédelmi politikánk foglalja össze.

A vízfelhasználás csökkentése mellett a keletkezett szennyvíz megtisztításával is szeretnénk minimálisra szorítani a működésünk által a környezetre gyakorolt hatásokat. A zalaszentgróti

gyártóüzemünk vonatkozásában a szennyvíz kezelése a telephelyen kiépített semlegesítő rendszer segítségével történik, amely a jogszabályoknak megfelelően kezelve hagyja el a telephelyet onnan a városi szennyvíz hálózatra jutva. Dunaharaszti üzemünk ipari szennyvizét a víziközművek által, szigorú szabályokat követő tisztítási folyamaton keresztül ártalmatlanítják.¹²

A vízgazdálkodással kapcsolatos hatások azonosításához külső szakértők bevonását is igénybe vesszük, amely társadalmi, környezeti, gazdasági és szabályozási kockázatokat vesz figyelembe a vízfelhasználás csökkentésének érdekében.¹³

FELELŐS VÍZGAZDÁLKODÁS

Környezeti teljesítményünkre, így vízfelhasználásunk nyomon követésére az ISO 14001:2015 környezetirányítási rendszert működtetjük. Minden évben meghatározzuk a vízhasználatra vonatkozó célszámainkat, amelyre akcióterveket és megvalósítási projekteket dolgozunk ki. Az aktuális eredményekről rendszeres jelentést készítünk, emellett figyelemmel kísérjük a kapcsolódó trendek és vásárlói igények alakulását is.



A dunaharaszti és zalaszentgróti gyártóüzemeink tevékenységükből fakadóan jelentős mennyiségű vizet használnak fel. A technológiai vízszükségletet nagy részét saját fúrt kutakból fedezzük, illetve a további igényeket a városi vezetékes hálózat biztosítja. Elosztóközpontjaink és irodánk víz- és szennyvízhasználata csupán szociális vízhasználatra korlátozódik, amelyet szintén a közüzemi vezetékes hálózat lát el. A dunaharaszti gyártóüzemünk ipari szennyvizét közvetlenül az Észak-Dunántúli Vízművek Zrt. által üzemeltetett Dunaharaszti Szennyvíztisztító Telep veszi át tisztításra. A szennyvíz minőségét a szennyvíztelep méri, az engedélyeinknek megfelelően önellenőrzést is végzünk, melynek eredményeit az illetékes hatóságnak rendszeresen megküldünk. A szennyvíz minőségét önellenőrzés keretén belül végezzük és küldjük meg a hatóságoknak.

Az EWS tanúsítás továbbfejlesztéseként 2020-ban mindkét hazai – dunaharaszti és zalaszentgróti – telephelyünk megszerezte az AWS International Water Stewardship Standard arany fokozatú tanúsítványát, melynek működtetésével a jó vízgazdálkodási gyakorlatok megvalósítására és fejlesztésére törekszünk.

¹²A beszállítók vízfelhasználásáról és szennyvízkezeléséről nem rendelkezünk információval.

¹³Vállalatunknál víztározással kapcsolatos információt nem gyűjtünk.

AZ ÖSSZES VÍZHASZNÁLAT MEGOSZLÁSA

	2016	2017	2018	2019	2020
Összes vízhasználat (m3)	1 119 277	1 116 781	1 185 097	1 140 812	939 330
Vízhasználat Alacsony vízhasználatnak kitett területeken (m3)	948 318	936 821	1 009 452	978 857	832 678
Vízhasználat Túlzott vízhasználatnak ¹⁴ kitett területeken (m3)	170 959	179 960	175 645	161 955	106 652

A vízfelhasználásra vonatkozó célszámunkat minden évben lekövetjük és eredményeinknek megfelelő további intézkedéseket fogalmazunk meg. 2020-ban az 1 liter késztermékre vetített vízfelhasználás 1,82 liter¹⁵ volt, amely csökkent a korábbi évekhez képest és csupán kis mértékben marad el a 2020-as célkitűzésünktől. 2020-ban további konkrét lépéseket határoztunk meg, hogy a következő évben még közelebb kerülhessünk ehhez a célunkhoz. Az év során felújítottuk az üvegpalackok mosóberendezését és tervbe vettük a gyártósorainkhoz tartozó vízcsövek lecserélését és átalakítását is.



Tovább csökkentettük fajlagos vízhasználatunkat 2020-ban



¹⁴A túlzott vízhasználatnak kitett területek megállapítása az **Aqueduct Water Risk Atlas** alapján történt. A területek azonosításánál a közepes-magas (20-40 %) és a magas (40-80 %) értékkel rendelkező helyszíneket vizsgáltuk meg.

¹⁵Az elosztóközpontok vízfogyasztása nélkül.

8 FELELŐS ÜZLETI MŰKÖDÉS ÉS TERMÉKKÍNÁLAT

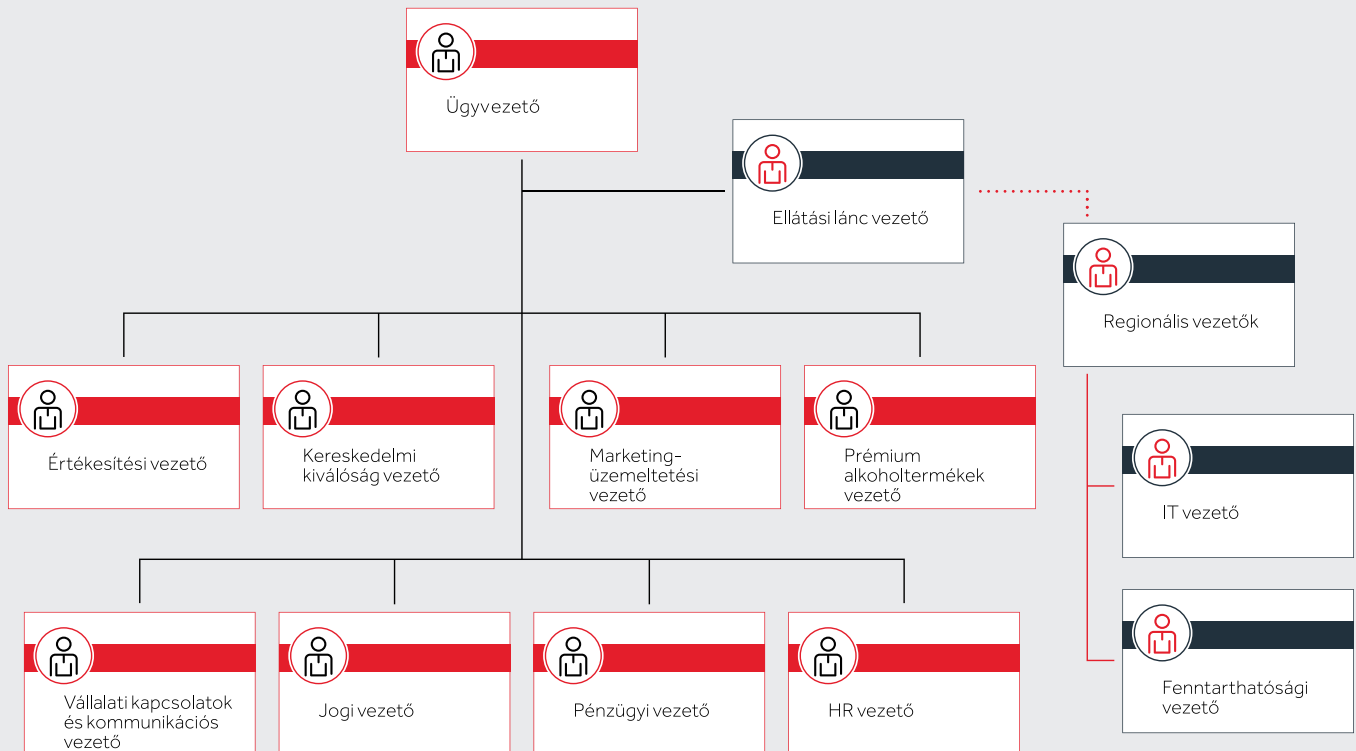
8.1 VÁLLALATIRÁNYÍTÁS, MEGFELELŐSÉG ÉS KORRUPCIÓELLENESSÉG

A Coca-Cola HBC Magyarországnál a feddhetetlenség és etikus magatartás iránti elhivatottságunk vezérli minden üzleti tevékenységünket. Vállalati kultúránk és értékeink szerves része a stabil üzleti etika, amely a hosszú távon sikeres pénzügyi teljesítményünk, jó hírnevünk és partnereink bizalma miatt is elengedhetetlen számunkra. Ezen gondolkodásmód a vállalatirányítás minden pénzügyi és nem-pénzügyi részére, holisztikusan kiterjed, zéró toleranciát alkalmazva a vonatkozó politikáink megsértésével szemben.

Üzleti működésünk kialakítása során a kockázatok minimalizálását és a lehetőségek kihasználását tartjuk szem előtt. Vállalatcsoportunk Kockázatkezelési Politikája határozza meg

a kockázatkezelésre vonatkozó stratégiai célokat és felelősségi köröket, amelyet a Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport központi Audit és Kockázatkezelési Bizottsága felügyel. Ezen Politika támogatása érdekében folyamatosan felülvizsgáljuk a vállalati kockázatkezelési folyamatokra vonatkozó megközelítésünket, hogy azok mind kulturális, mind operatív módon beépüljenek a működésünkbe. A Coca-Cola HBC Magyarországnál robusztus rendszert alkalmazunk a kockázatok azonosítására és nyomon követésére, amelyről negyedévente jelentést küldünk a vállalatcsoport Igazgatótanácsa számára.

SZERVEZETI FELEPÍTÉS¹⁶



¹⁶Vállalatunk legfelsőbb vezetője az ügyvezető. A korlátozott felelősségű társasági jogi formából adódóan vállalatunknál igazgatótanácsunk nem működik. Az informatikai szolgáltatások és fenntarthatóság funkciók régiós szinten működnek, így helyi vezetőik a megfelelő regionális vezetőknek riportálnak.

VÁLLALATI MEGFELELŐSÉG ÉS KAPCSOLÓDÓ POLITIKÁK

VÁLLALATI KULTÚRÁNK AZ ETIKUS MŰKÖDÉSEN ALAPSZIK

Saját értékeinknek, valamint a hatályos jogszabályoknak megfelelő belső működés követelményeit Üzletszabályzatunk rögzíti, amelyet a Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport Igazgatótanácsa fogad el, és minden országra és munkavállalóra nézve kivétel nélkül kötelező érvényű. Rendkívül fontos, hogy vállalatunknál minden érintett tisztában legyen az összes vonatkozó jogszabállyal és felelősséget vállaljon azok teljesítéséért. Politikáink felülvizsgálatáért vállalatunk vezérigazgatója és a Jogi és megfelelési igazgatónk felelős.

Megfelelési tisztségviselőink gondoskodnak arról, hogy munkatársaink két évente, valamint a vállalatunkhoz történő belépéskor képzés keretében megismerjék Üzletszabályzatunkat,

amelynek megértéséről és betartásáról írásban is nyilatkozniuk kell. Munkatársaink Megfelelési tisztségviselőinkhez, valamint vállalatunk vezetőihez fordulhatnak etikai kérdéseikkel és aggályaikkal. Kollégáink minden észlelt etikai vétséget kötelesek bejelenteni, amely név nélkül is lehetséges megtehetnek. Az Emeld fel a hangod! vonalon jelezhetik aggályaikat azok, akik anonim bejelentést szeretnének tenni. A vonalat egy független cég kezeli, ezáltal biztosítva a kivizsgálás objektivitását. Az etikai bejelentéseket szigorú titoktartásra törekedve teljes körűen kivizsgáljuk, és egyúttal garantáljuk, hogy a bejelentés soha semmilyen hátrányos következménnyel nem járhat a jóhiszemű bejelentők számára.

Vállalatunk 2020-ban is megszervezte az Etika és Megfelelési Hetét online workshop-ok keretében. A tematikus hét során a digitális fejlődés veszélyeinek megértése és a vállalat digitális átalakulásának kockázatai kerültek

leginkább előtérbe, tekintettel a pandémia okozta hirtelen változások és a digitalizáció gyors mértékű fejlődésére. A fórumok során interaktív módon igyekeztünk bevonni kollégáinkat olyan helyzetekbe, amelyek az etikus magatartás hiányának következményeit mutatják. Mindemelett felsővezetői interjúkat tettünk közzé Intranet oldalunkon, ahol hasznos és részletes információkat találhatnak meg munkatársaink a Korruptióellenes Politika & Megfelelési Kézikönyvről, az idén megújult Ajándékozási és Szórakoztatási Politikáról, valamint az Adatvédelmi Szabályzatról. Munkatársaink mellett beszállítóinknak is oktatást tartottunk, melynek során megismertettük velük vállalatunk megfelelési alapelveit és a legfontosabb szabályokat.



Megvesztegetés elleni szabályzatunkról bővebben a honlapunkon tájékozódhat.

KÖRNYEZETI MEGFELELŐSÉG

Vezetőink a Coca-Cola HBC Magyarországnál igyekeznek a lehető legnagyobb összhangot megteremteni üzleti céljainak elérése és a környezet megóvása között. Vállalatunk elkötelezte magát a környezetvédelem szempontjait figyelembe vevő, megbízható intézkedések és hatékony ellenőrző rendszerek bevezetése és azok fenntartása mellett, hogy biztonságos és környezetkímélő módon minőségi termékeket és szolgáltatásokat biztosítsunk partnerink és fogyasztóink számára.

A tevékenységeink végzése során törekszünk az összes hatályos jogszabály betartására és alkalmazzuk a Vállalatcsoport belső környezetvédelmi előírásait, valamint a Vállalatcsoport által előírt egyéb környezetvédelmi szabályozásokat. A környezetvédelmi irányítási rendszerünk működtetésével

(ISO 14001:2015) biztosítjuk a tevékenységünkre vonatkozó felelősségvállalást és a folyamatos fejlődés lehetőségét. A tanúsított irányítási rendszerünk valamennyi működési egységeinkre kiterjed, többek között a dunaharaszti és zalaszentgróti gyárunkra, valamint a Mályiban és Balatonfüzfőn található elosztóközpontok területére. Rendszeresen vizsgálat alá vetjük termékeink gyártásával, telephelyeink működtetésével kapcsolatos gazdasági tevékenységünk környezeti hatásait. Célunk, hogy működési telephelyeink és gyártási folyamatunk 100%-ban megfeleljenek a jogszabályi elvárásoknak.

Környezeti politikánk megvalósulását szolgálja környezeti céljaink, programjaink meghatározása és megvalósítása. Munkatársainkkal mindamellett, hogy megismertetjük a vállalatunk környezeti

politikáját, a szükséges képzéseket és a részletesebb tájékoztatást is biztosítjuk, hogy a környezetvédelmi szemléletmód még inkább a mindennapi tevékenységük részévé válhasson. A környezetünk védelme és a környezet-szennyezések megelőzése a Társaság minden vezetőjének és alkalmazottjának feladata és felelőssége. A környezetvédelmi politikáért a Fenntarthatósági vezetőnk felelős.

2020-ban nem voltunk érintettek környezeti megfelelés témájához kapcsolódó eljárásban, a korábbi évekhez hasonlóan.



Környezetvédelmi politikáinkról bővebben a honlapunkon tájékozódhat

FEDDTHETETLENSÉG AZ ÜZLETI KAPCSOLATAINKBAN

Vállalatunk elemi érdeke és etikai alapvetése, hogy üzleti kapcsolataink alakításakor minden esetben maradéktalanul megfeleljünk a hatályos jogszabályok rendelkezéseinek, és működésünkkel idomuljunk a társadalom elvárásaihoz, igényeihez. Vállalatunk Jogi Osztálya biztosítja ezen megfelelés keretrendszerét, mely mind formalizált módon, mind működési keretrendszerén keresztül érvényesíti azt, hogy az üzleti folyamatok része legyen a jogi megfelelés biztosítása. Valamennyi, a vállalat által megkötött megállapodás a Jogi osztályunk által írt szerződésminta vagy az általuk jóváhagyott egyedi megállapodás formájában születik meg. Az üzleti döntéshozatali folyamat része a jogi konzultáció és megfelelés biztosítása. Ezen túl a társadalmilag felelős működést biztosítja Üzletszabályzatunk, Korruptióellenes szabályzatunk és Versenyjogi irányelveink is. A belső ellenőrzési terület rendszeresen vizsgálja a vállalati politikáknak és jogszabályoknak való megfelelést.

ZÉRÓ TOLERANCIA A KORRUPCIÓVAL SZEMBEN

A felelős és etikus működés különösen fontos a korrupció kérdésében. Megközelítésünk egyértelmű: zéró toleranciát alkalmazunk minden korrupciós és vesztegetési esettel szemben. 2020-ban sem volt korrupciógyanús eset vállalatunknál.

Korrupcióellenes politikákakat a munkavállalók 100%-a felé kommunikáljuk, az abban foglaltak betartása mindenkire nézve kötelező érvényű. Belépő új kollégáink az integrációs folyamat során, továbbá valamennyi vezetőnk és munkatársunk minden második évben köteles részt venni online, illetve tantermi antikorrupciós oktatáson, amelyet HR osztályunk monitoroz.

Azon munkavállalók, akik munkájuk révén rendszeresen kerülnek kapcsolatba harmadik felekkel, kormányzati tisztviselőkkel, vagy beszerzéshez

kapcsolódó döntéseket hoznak, ún. „kockázatnak kitett” munkavállalónak (*risk employees*) minősülnek, így mélyebb, alaposabb képzésben részesülnek. Számukra az e-learning anyagokat vesztegetés elleni modullal is kiegészítjük. Külön a vezetőségi testületet tagjai számára a jogi osztály évente online vagy tantermi képzéseket bonyolít le.

Beszállító partnereinktől is elvárjuk a feddhetetlen működést. Esetükben az Általános Szerződési Feltételeink, valamint a Beszállítói irányelveink tartalmazzák, hogy a közös munka során milyen szabályokat és elveket kötelező betartaniuk. Kereskedelmi partnereink a szerződéskötés során vállalják, hogy a Korruptióellenes politika és megfelelési kézikönyvben lefektetett etikai magatartását betartják. 2020-ban az összes beszállítónk (1230 cég) felé írásban kommunikáltuk a szabályzatok betartásának fontosságát.

ANTIKORRUPCIÓS TRÉNINGEK 2020-BAN

Munkavállalói csoport		Létszám (2020)	Képzési követelmény
Vezetőtestületi tagok	Az ügyvezető közvetlen beosztottjaiból álló felső vezetők	9 fő	Évente online vagy tantermi vezetői képzés, compliance és vesztegetés elleni e-learning
„Kockázatnak kitett” munkavállalói csoport	Vállalat nevében harmadik felekkel érintkező, illetve beszerzés és értékesítés területén döntéseket hozó munkatársak	113 fő	Kétévente compliance és vesztegetés elleni e-learning
ennek részletes megoszlása	Change Leaders Front Line Leaders Future Drivers Professional Supporters Troopers	1 fő 10 fő 3 fő 31 fő 51 fő 17 fő	
Összesen		122 fő	Kétévente compliance e-learning

TISZTESSÉGES VERSENY

A tisztességes verseny hívei vagyunk, és sosem törekszünk jogszerűtlen vagy etikátlan versenyelőny megszerzésére. A hatályos versenyjogi szabályoknak megfelelő, tisztességes működés elveit a Versenyjogi irányelvek című szabályzatunk rögzíti, amely a Coca-Cola HBC AG vállalatcsoport minden tagjára kötelező érvényű. A szabályzat meghatározza, milyen elvek mentén szervezzük kereskedelmi gyakorlatunkat, árazási és promóciós tevékenységeinket, hogyan kommunikálunk a versenytársainkkal és üzleti folyamatainkról.

Vállalatunk elszánt amellett, hogy a piacon a versenyjogi szabályok

maximális betartásával járjon el. A vállalat versenyjogi vállalásait, szabályait versenyjogi kézikönyvben foglalja össze a munkavállalói számára, amely szabályozza a versenytársakkal, vevőpartnerekkel, forgalmazókkal és más harmadik felekkel történő viszonyt és részletes iránymutatást ad a kollégáknak a vállalat számára releváns versenyjogi kérdésekben. 2020-ban megújult a versenyjogi kézikönyv, amely így egyszerűbb, könnyebben értelmezhető és még hatékonyabb segítséget nyújt a kereskedelemben és a vállalat más társosztályain dolgozó kollégáink számára a legfontosabb versenypiaci szabályok megismerésében és azok betartásában.

2019-ben a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) harmadik személy bejelentése alapján eljárást indított vállalatunkkal szemben vélt versenyellenes magatartáshoz kapcsolódóan. A vizsgálat jelenleg is folyamatban van, és vállalatunk teljes körű együttműködésével zajlik.¹⁷ 2020-ban nem voltunk érintettek versenyellenes magatartáshoz kapcsolódó eljárásban, melyben vállalatunk résztvevő félként volt azonosítva. A belső politikáinknak megfelelően továbbra is nagy hangsúlyt kívánunk helyezni a jogkövető magatartás biztosítására.



¹⁷ A Coca-Cola HBC Magyarország a folyamatban lévő eljárásról a vizsgálati lezárulásáig nem tesz közzé bővebb információt.

8.2 KÖZVETETT ÉS KÖZVETLEN GAZDASÁGI HATÁSAINK

A Coca-Cola HBC Magyarországnál olyan fenntartható növekedési stratégiát követünk, amely sikeres, megbízható és értéktérítő vállalat és üzleti partnerré tesz minket. A dinamikus fejlődés érdekében folyamatosan teszünk piaci pozíciónk javításáért, valamint vevőink elégedettségéért. Fejlesztjük és bővítjük portfóliónkat, amelyet hatékonyan bővülő termelési kapacitásaink segítségével tudunk magas minőségben előállítani.

Stratégiánkhoz illeszkedve meghatározzuk az üzleti és pénzügyi teljesítményre vonatkozó célszámainkat, amelyeket éves alcélokra bontunk és intézkedésekkel támogatunk. Működésünk során a hazai pénzügyi és számviteli jogszabályoknak teljes mértékben megfelelünk, amelyért a Pénzügyi igazgatónk felel.

Elköteleztünk vagyunk amellett, hogy üzleti tevékenységünket úgy irányítsuk, hogy a kockázatok minimalizálása mellett a lehetőségek maximális kihasználását is biztosítsuk.

A vállalatcsoport kockázatkezelési politikája gondoskodik az elszámoltathatóságról, amelyért az Audit és Kockázatkezelési Bizottság felelős. A vállalati kockázatkezelő rendszerünk (ERM) keretén belül robusztus kockázatazonosító- és követő rendszert működtetünk, amelyről negyedévente jelentést készítünk az igazgatóság számára. Az ERM rendszerünk folyamatosan frissítésre kerül, hogy operatív és kulturális szempontból még inkább beágyazódjon mindennapi működésünkbe.

GAZDASÁGI EREDMÉNYEK

Megtermelt és felosztott gazdasági érték (millió HUF)	2016	2017	2018	2019	2020
Megtermelt gazdasági érték	106 926 678	116 432 746	131 505 113	138 086 549	115 309 633
Bevételek	106 926 678	116 432 746	131 505 113	138 086 549	115 309 633
Felosztott gazdasági érték	41 413 312	42 358 212	46 506 657	52 031 118	39 740 427
Működési költség	23 639 330	24 714 812	26 267 074	28 358 909	23 725 171
Alkalmazott bérek és juttatások	10 323 771	10 148 495	10 420 748	10 499 876	9 324 685
Tőkebefektetőknek szánt kifizetések	5 176 436	5 471 980	7 451 702	10 535 387	4 986 904
Államkasszába történő befizetések	2 273 775	2 022 925	2 367 133	2 636 946	1 703 667
Visszatartott gazdasági érték	65 513 366	74 074 534	84 998 456	86 055 431	75 569 206

Gazdasági eredményeinkre a pandémia szignifikáns hatással volt. Tekintettel arra, hogy több kereskedelmi vevőpartnerünk részlegesen vagy teljesen bezárni kényszerült, gyártási kihasználtságunk és értékesítési csatornáink is jelentősen megváltoztak. A széles portfóliónknak köszönhetően tudtuk hazai piaci helyzetünket stabilizálni és olyan termékek és területek értékesítését erősítettük, amelyek az otthoni jelenléthez jól tudtak alkalmazkodni. Árbevételünk majdnem 20%-kal elmaradt a tavalyi kimagasló eredménytől, azonban költségeink csökkentésével és a bevételek átcsoportosításával igyekeztünk fenntartani üzleti

működésünk egyensúlyát. Az exporttevékenységből származó árbevételünk is több mint 25%-kal csökkent, amely a pandémia hatásai mellett az árfolyam-ingadozással és a vállalatcsoport gyártóhelyszíneiben történt változásokkal magyarázható.

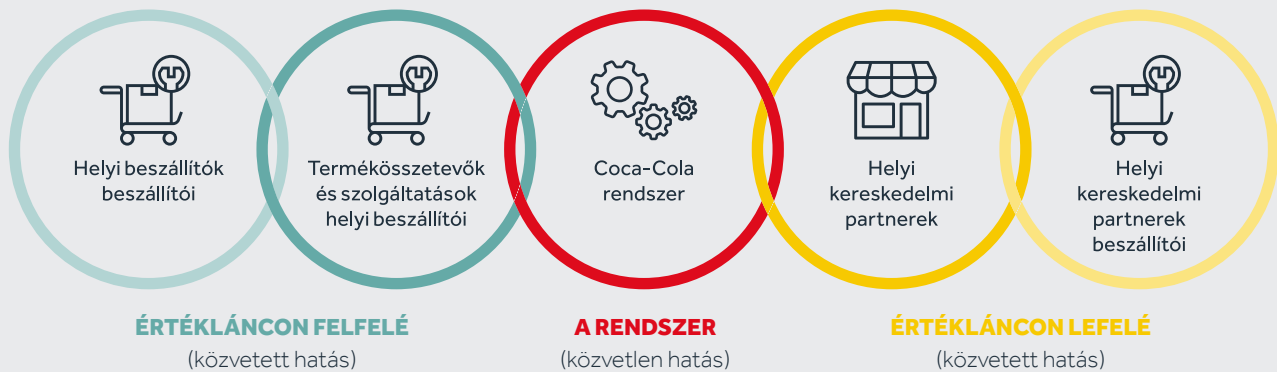
Fenntartható gazdasági működésünk alapja továbbra is, hogy üzleti folyamatainkban a lehető legjobban és leggyorsabban alkalmazkodjunk az állandóan változó piaci körülményekhez és a fogyasztói igényeket teljes mértékben kiszolgáljuk.

KÖZVETETT GAZDASÁGI HATÁSOK

A Coca-Cola HBC Magyarország teljes értékláncán keresztül több száz millió forinttal járul hozzá az államháztartás bevételeihez minden évben. Az üdítőitalok gyártása, csomagolása, promóciója és a vevőknek történő szállítása révén a vállalat

teljes értékláncának tevékenysége ösztönzőleg hat a gazdasági aktivitásra, a nyersanyagokat megtermelő gazdálkodóktól a Magyarország egész területén üdítőitalokat árusító partnerekig.

A COCA-COLA HBC MAGYARORSZÁG ÉRTÉKLÁNC SZEREPLŐI



A magyarországi gazdasági növekedéshez való hozzájáruláson túl, a hazai termelésben is aktív szerepet vállalunk. Palackozó üzemünk révén egyrészt közvetlenül teremtünk munkahelyeket, fizetünk munkabéreket, ugyanakkor mindezeket közvetetten is biztosítjuk azáltal, hogy árukat és szolgáltatásokat vásárolunk helyi beszállítóktól, illetve termékeink forgalmazása révén kiskereskedőkre és beszállítóikra is hatással vagyunk. A helyi gyártási és értékesítési folyamatainkat figyelembe véve közvetetten több ezer munkahely megteremtéséhez is hozzájárulunk, elősegítve ezzel a hazai foglalkoztatás ügyét is.

2020-ban a koronavírus okozta válsághelyzetben beruházásaink mértéke csökkent. A beruházások átcsoportosítása azonban nem jelentette azt, hogy kevésbé vagyunk elkötelezettek a fejlődésben, hiszen közel 300 millió forint értékű beruházást hajtottunk végre zalaszentgróti üzemünkben. Gyártókapacitásunk korszerűsítése és bővítése során üzemünk gazdaságosabb, a korábbinál rugalmasabb és a fogyasztói igényeket jobban kiszolgáló működéséhez járul hozzá, miközben a vállalat fenntarthatósági törekvéseit is szolgálja.

„JOBBAN, MINT VALAHA”

A vírushelyzet okozta nehézségek üzleti partnereink számára is kihívást jelentettek. A vendéglátó szektor számos szereplője teljesen vagy részlegesen bezárásra került 2020-ban. Elengedhetetlenül fontos volt számunkra, hogy egy az üzleti partnereinkkel való közös célt támogassuk a nehéz időkben, amelynek ötletéből született meg a „Jobban, mint valaha” (Open Like Never Before) kampánya. Az országos kommunikációs kampány keretében indult el online és offline programunk, amelyben vendéglátóhelyek széles skálája szerepelt – több mint 430 fővárosi és vidéki éttermi partnerünket. A nehéz helyzetben lévő vendéglátóhelyek nagy része nem tudott költeni ilyen célokra, miközben a nyilvánosságra szükségük volt. A vállalatunk által készített plakátok és óriáshálók az éttermeket tulajdonosai, felszolgálóik arcával és ételkínálatukkal mutatták be. 2020 nyarán Budapest



ÉLVEZD A HÁZIAS ÍZEKET JOBBAN, MINT VALAHA.

Ildi jellegzetes étele

minden kerületében és 54 vidéki városban voltak láthatóak. Mindezek mellett 100 000 palack ajándék üdítőt ajánlottunk fel partnereink számára az újraindítás népszerűsítéséhez.

8.3 FOGYASZTÓINK EGÉSZSÉGE ÉS TÁPLÁLKOZÁSA

A Coca-Cola HBC Magyarországnál célunk, hogy olyan termékínálattal nyújtsunk fogyasztóink számára, amely kielégíti minden igényüket és preferenciájukat. Hisszük, hogy megfelelő étrendbe és életmódba illesztve termékeink az egészséges életmód részét képezik, az ez iránt érzett felelősségünket alapvető működésünkben, azaz termékínálattunk és marketingünk útján is képviseljük. Elköteleztettek vagyunk, hogy fogyasztóinknak változatos alternatívákat kínáljunk, és hozzásegítsük őket a tudatos választáshoz, valamint a kiegyensúlyozott és egészséges táplálkozáshoz.

Fontos számunkra, hogy termékeinket az élelmiszerbiztonsági szempontok maximális kielégítésével állítsuk elő. Elhivatottak vagyunk a jó gyártási és higiéniai gyakorlat, valamint a vállalati minőségkultúra olyan irányú folyamatos fejlesztése iránt, ahol az élelmiszerbiztonság valóban a legfontosabb helyen szerepel a termék-előállítás minden színterén. Az általunk forgalmazott termékeket illetően 2020-ban egyetlen esetben sem történt a termék minőségét és megfelelőségét érintő jogszabályi nem megfelelés.



ÚJ TERMÉKEK BEVEZETÉSE

Portfóliónkat folyamatosan fejlesztjük új termékekkel, miközben növeljük az alacsony kalóriatartalmú, illetve cukor- és kalóriamentes termékek arányát.



RECEPTÚRÁINK FEJLESZTÉSE

Folyamatosan vizsgáljuk a lehetőségeket a már piacon lévő termékeink receptúráinak továbbfejlesztésére, amelyekkel csökkenthető a cukor- és kalóriatartalmuk.

2020-ban 9 új alacsony kalóriatartalmú vagy nulla kalóriatartalmú terméket vezetett be: CC Zero Narancs, CC Zero Fahéj, Fanta Zero alma-licsi, Fanta Zero citrom, Fuzetea homoktövis, Fuzetea áfonyás jázmin, Fuzetea zero alma-kiwi, Aquarius víz 2 ízben.



KISZERELÉS MÉRETEK CSÖKKENTÉSE

A termékeinkből bevitt kalóriamennyiség kontrollálásának egyik módja a kiszerelések méreteinek csökkentése. Üzleti és kereskedelmi stratégiánk útján is támogatjuk a 300 ml-nél kisebb kiszerelések forgalmazását.



TÁJÉKOZTATÁS ÉS TUDATOSSÁG NÖVELÉSE

A tudatos választást üzleti és marketing eszközeinkkel is segítjük, legyen szó a címkék közérthetőségéről, a javasolt napi beviteli érték feltüntetéséről, a polckihelyezésre vonatkozó irányelveink fejlesztéséről, vagy éppen reklámjainkról, amelyek mára 50%-ban kalóriamentes termékeket népszerűsítene.

2019-ben az italforgalmazók körében elsőként vezettük be Magyarországon a csomagolások elején (front-of-pack, FoP) a kalóriatartalom és a napi referencia-beviteli érték jelölését.

**2020-ban
több mint 100
féle terméket
kínáltunk**

**2020-ban portfóliónk
50%-a alacsony
kalóriatartalmú vagy
kalóriamentes**

**Termékeink teljes
kalóriatartalma
19%-kal csökkent
2015-2020 között**

IPARÁGI ÖSSZEFOGÁS A HAZAI CUKORCSÖKKENTÉSÉRT

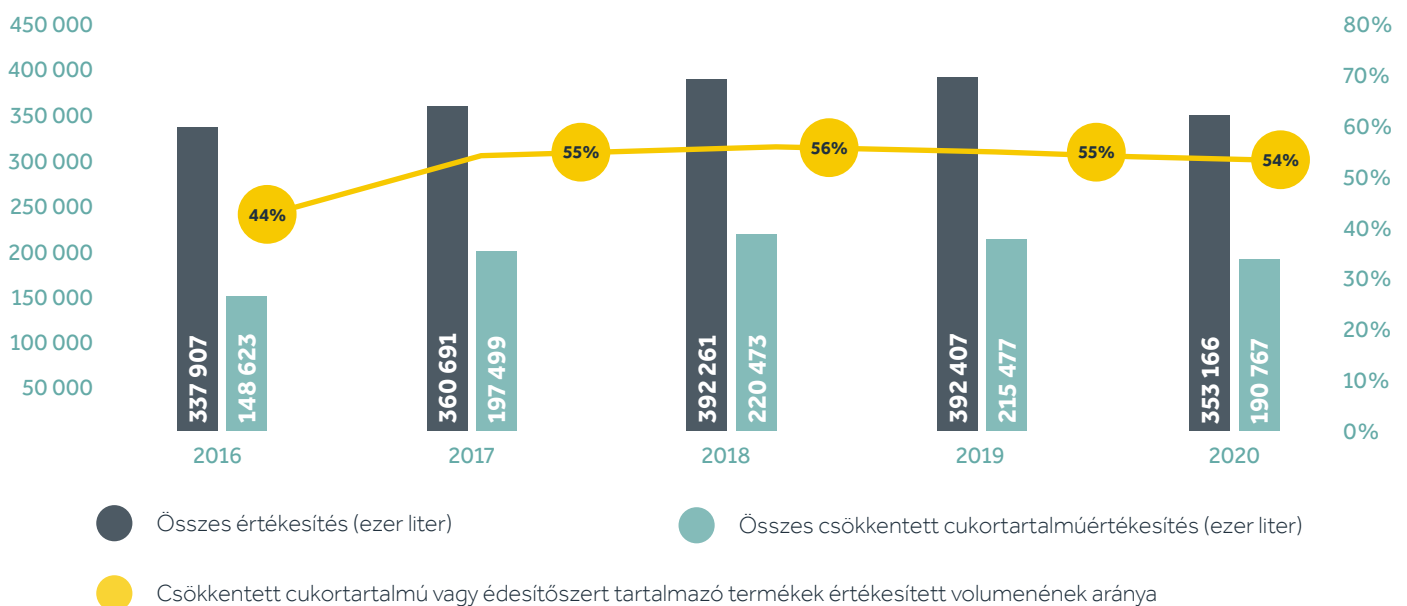
A Coca-Cola HBC Magyarország, a Magyar Ásványvíz, Gyümölcslé és Üdítőital Szövetség tagjaival együtt önkéntesen vállalta, hogy 2020-ig 50%-kal csökkenti termékei cukor- és energiatartalmát a 2010-es bázisához képest. A meglévő receptúrák átalakításával, illetve új, innovatív termékek bevezetésével a csökkentett kalóriatartalmú és kalóriamentes italok aránya 23 százalékról 57 százalékra emelkedett az alkoholmentes italkategórián belül az elmúlt tíz esztendőben. A Magyar Ásványvíz, Gyümölcslé és Üdítőital Szövetség tagvállalatainak önkéntes vállalásai nyomán 2010-2020 között összesen 43 százalékkal csökkent a hazai üdítőitalok és gyümölcslevek átlagos cukor- és kalóriatartalma. Az iparági célkitűzés összhangban van saját kalóriacsökkentési vállalásainkkal is.



VÁLLALATUNK PORTFÓLIÓJÁBAN MEGTALÁLHATÓ CSÖKKENTETT CUKORTARTALMÚ VAGY ÉDESÍTŐSZERT TARTALMAZÓ TERMÉKEK ÉRTÉKESÍTETT VOLUMENÉNEK ARÁNYA



CSÖKKENTETT CUKORTARTALMÚ VAGY ÉDESÍTŐSZERT TARTALMAZÓ TERMÉKEK ÖSSZESÍTETT ÉRTÉKESÍTÉSI VOLUMENE ÉS ARÁNY (EZER LITER)



8.4 FELELŐS MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ



A felelős marketingkommunikációnak meghatározó szerepe volt 2020-ban is. Fontosnak tartottuk, hogy aktív szerepet vállaljunk a pandémia idején a megfelelő tájékoztatás megvalósításában. 2020 tavaszán közel 3 hónapra szüneteltettük a vállalat márkáinak kereskedelmi reklámtévékenységét, hogy a lehető legtöbbet tegyük az emberek biztonsága és jóllétének megőrzése érdekében, arra koncentrálva, hogy hogyan tudunk kézzel fogható módon változást hozni üzleti partnereink és közösségeink életébe. A hirdetésekre szánt felületeinken és hazai közösségi média csatornáinkon a Magyar Vöröskereszt üzenetei voltak láthatók az „Együtt vagyunk. Együtt segítünk.” kampányban. A márkák reklámjai helyett a jótékonyági szervezetnek a koronavírus megfékezésével kapcsolatos vagy egyéb közérdekű üzenetei jelentek meg a felületeken, például aktuális információk, adományok elosztása, véradás vagy egészségmegőrzési tájékoztatás.

A felelős marketingtevékenység lényeges eleme a gazdaságra, környezetre és társadalomra gyakorolt hatásunknak. Fenntartható üzleti működésünk szempontjából kiemelkedően fontos, hogy marketingtevékenységünk hatékony legyen, ugyanakkor felelős módon végezzük. Mindig arra törekszünk, hogy kiegyensúlyozott, valós és világos információkat adjunk termékeinkről, miközben figyelünk arra, hogy hirdetéseink és promócióink milyen célcsoportnak és milyen üzeneteket közvetítenek. Portfólióink prémium alkoholos italokkal való bővítése miatt a felelős marketingkommunikáció fontossága tovább növekedett. A jogszabályok betartásán túl önkéntes vállalásokat tettünk, amelyekkel biztosítjuk, hogy fogyasztóink felé felelős módon közvetítjük termékeinket. 2020-ban nem volt a termékjelölésre, címkézésre vonatkozó jogszabályi vagy önkéntes vállalásainkkal kapcsolatos nem megfelelésünk.

A Coca-Cola HBC felelős marketingirányelve a prémium kategóriájú alkoholos termékek tekintetében arra szolgál, hogy világos és következetes iránymutatást adjunk összes alkalmazottunk számára azokról a szabályokról, amelyeket

a vállalat által forgalmazott és üzleti partnerei nevében értékesített prémium kategóriájú alkoholos termékek felelős marketingje, reklámozása és népszerűsítése során kell alkalmazni.

Az Európai Alkoholmentes Italgyártók Szövetségének (UNESDA) tagjaként önkéntes vállalásokat tettünk a felelős reklámozás és kereskedelmi kommunikáció területén. Ennek megfelelően nem reklámozunk olyan médiumokban és felületeken, amelyek 12 év alatti gyermekeknek szólnak, kerüljük a gyerekek közvetlen befolyásolását, illetve határozottan kiállunk amellett, hogy általános iskolákban nem végzünk közvetlen kereskedelmi tevékenységet, így az iskolai büfékben csak ásványvizet és gyümölcsleveket forgalmazunk. Iskolák közelében 2019-től kizárólag kalóriamentes (maximum 4 kalória/100 ml energiatartalmú) vagy alacsony kalóriatartalmú italokat értékesítünk, mind általános, mind középiskolások számára. Továbbá, saját és partnerekkel közös promócióink során mindig szem előtt tartjuk az egészséges és kiegyensúlyozott táplálkozás szempontjait.

A felelős tevékenységünk alapja, hogy nem vásárolunk olyan hirdetéseket, amelyek közvetlen közönségének több mint 35 százaléka 12 éven aluli gyermekekből áll. Vállalásunk elsősorban a televíziós, rádiós és nyomtatott médiára vonatkozik, de kiterjed az internetes és a mobilszolgáltatásokra is. Határozottan ellenezzük az általános iskolákban végzett közvetlen kereskedelmi tevékenységet.



9 TÁRSADALMI SZEREPVÁLLALÁS

A Coca-Cola HBC Magyarország évek óta partnere több önkéntes kezdeményezésnek. 2020-ban a korábbiakhoz hasonló szellemben, viszont a pandémiás helyzethez alakítva karoltunk fel különböző társadalmi ügyeket. Vállalatunk társadalmi szerepvállalásának célkitűzése továbbra is az, hogy felelős működésünkkel erősítsük és reagáljunk a minket körülvevő közösségek igényeire és szükségleteire.

**2020-ban 40 munkatársunk
320 munkaórán végzett helyi
közösségeket segítő önkéntes
tevékenységet**

9.1 HELYI KÖZÖSSÉGEK TÁMOGATÁSA

2007 óta működő vállalati önkéntes programunk felelősségvállalási stratégiánk kiemelt része. Önkéntes tevékenységeink által aktív szerepet vállalunk közösségeink életében, mindennapi működésünkbe integráljuk a társadalmi felelősségvállalás szemléletét és növeljük dolgozóink közösségeikért érzett felelősségét is. A vállalati önkéntesség minden munkatársunk

számára nyitott, a programokhoz bárki csatlakozhat és bárki kezdeményezheti azokat. 2020-ban a koronavírus okozta válsághelyzet határozta meg a társadalmi szerepvállalásunk. Kerestük azokat a lehetőségeket, ahol szakmai tapasztalatunkat és erőforrásainkat a lehető leghatékonyabb módon használhattuk fel az arra rászorulóknak segítségében.

Önkénteseink segítségével szépült meg a **csepeli öttusa telep**. Munkatársaink füvesítettek, betonoztak, akadálypályát javítottak, festettek és részt vettek a terep- rendezésben is.

Beszerzés csapatunk az **Újpesti EGYMI**-be (Egységes Gyógypedagógiai Módszertani Intézmény) látogatott el. A járványügyi helyzetre való tekintettel az udvaron dolgoztak, ahol KRESZ pályát festettek, játékokat újítottak fel és a virágládák mellett még az épület talapzatát is színessé tették.

Munkatársaink összefogásának eredményeképpen **észak-keleti értékesítési csapatunk elfoglalta az új irodáját**. Az önkéntesek festettek, bútorokat szereltek össze és kulcsra készre varázsolták az új főhadiszállást.

EGYÜTT EMBERTÁRSAINKÉRT A LEGNEHEZEBB IDŐKBEN IS

Az év legfontosabb együttműködésévé nőtte ki magát a Magyar Vöröskeresztnek nyújtott támogatásunk. Mindamelllett, hogy önkéntességgel és adományozással segítettük a szervezet munkáját, 2020 márciusában elindítottuk a „Reklám helyett segítség kampányunk,” amelyen keresztül a Coca-Cola vállalatához tartozó közösségi média csatornáit és egyéb hirdetőfelületeit átadtuk a Magyar Vöröskereszt számára. A reklám- és egyéb promóciós tevékenységünket szüneteltettük, így a márka reklámok helyett a Magyar Vöröskereszt lakosságot tájékoztató üzenetei voltak láthatók. A közös kommunikációs kampány keretében hozzájárultunk a lakosság naprakész tájékoztatásához, segíthettünk, hogy a veszélyeztetett korosztály azonnali segítséget kaphasson. Figyelemfelkeltő plakátjaink össze tudták kapcsolni az egy házban, vagy egymás szomszédságában lakókat. A plakátokra a házak vagy a szomszédság lakói felírhatták elérhetőségeiket, feltüntetve, miben tudnak elsősorban segíteni, legyen az

akár gyógyszerári receptek kiváltása, bevásárlás, kutya-sétáltatás, folyosói, udvari vagy utcai virágok, növények locsolása, és akár bármi más, amiben segítséget ajánlanak a lakóközösség idősebb tagjainak.

A vállalaton belüli munkaerő megosztásnak köszönhetően kollégáink szakmai segítséget nyújtottak vagy részt vettek az adományok átadásában. A koronavírus-járvány alatt a Magyar Vöröskereszt logisztikájában országszerte 5 területi képviselő segített be azzal teljes munkaidőben, hogy vállalati autójával adományokat szállított, ételt osztott, pakolt és csomagolt. 16 munkatársunk önkéntesként, munkaidőn kívül végzett logisztikai feladatokat a szervezet számára. 2020 májusában kollégáink alapvető élelmiszerek, higiénia termékek és meleg ételek szállítását végezték anyaotthonokba, hajléktalan-szállókba, kórházakba, valamint idős, beteg és fogyatékkal vagy nehéz körülmények között élők számára.



EGYÜTT VAGYUNK, EGYÜTT SEGÍTÜNK!

2020 áprilisától közel 3 hónapra felfüggesztettük a The Coca Cola Company-val együttműködve a vállalat márkáinak kereskedelmi reklámtevékenységét. Az erőforrásainkat közösségeink és munkatársaink biztonságának és egészségének elősegítésére fordítottuk. A hirdetésekre szánt felületeinken és közösségi média csatornáinkon itthon a Magyar Vöröskereszt üzenetei voltak láthatók. A The Coca Cola Company, a palackozó partnerünk és a Coca-Cola globális alapítványa emellett több mint 120 millió dollárt adományozott globálisan az érintett közösségeknek, hogy ezzel is segítse a COVID-19 elleni védekezést.



24
INTÉZMÉNY



64 769
PALACK



15 230 482
FORINT

**A Coca-Cola Magyarország 2020 márciustól
21 egészségügyi intézményen és 3 segélyszervezeten
keresztül közel 65 000 palack üdítőitalt, gyümölcslevet
és vizet juttatott el a rászorulókhöz és az egészségügyben
dolgozókhöz több mint 15 000 000 Forint értékben.**

AKTÍVAN AZ ÉLELMISZERPAZARLÁS ELLEN

Élelmiszeripari vállalként számunkra is fontos ügy az élelmiszer-pazarlás mérséklése. Az élelmezési világnap – amellyel a FAO 1945-ös alapítására emlékezünk – célja, hogy felhívja a figyelmet az egészséges táplálkozásra, melynek a fenntartható mezőgazdaság termelésén és a természeti erőforrások védelmén kell alapulnia. 2020-ban a FAO 75 évfordulóján ünnepeltük

partnerünk az Élelmiszerbank 15. évi fennállását. Közös összefogással 90 tonna élelmiszeradományt sikerült kiszállítani a jubileumi élelmezési világnapi konvojjal, amelyben a Coca-Cola HBC Magyarország járműve is megjelent. Emellett évek óta támogatjuk a Magyar Élelmiszerbankot termékeinkkel, egész évben.



9.2 HULLADÉKMENTES TISZA PROGRAM

ÉLŐVIZEINK VÉDELMEBEN

A világ legnagyobb italgyártójaként tudatában vagyunk frissvíz-készleteink megővésének fontosságát illetően. A vizeink védelme üzleti prioritásunk része. Úgy gondoljuk, hogy a helyi civil, kormányzati és önkormányzati együttműködések teszik lehetővé a hatékonyabb vízhasználást és a vízpazarlás visszaszorítását. A 2019-ben indult Hulladékmentes Tisza program keretében azonban nem csupán élővizeink védelmében kívántunk fellépni, hanem a csomagolóanyagok csökkentése, begyűjtése és újrahasznosítása is kulcsfontosságú volt. A Tisza folyó és a Tisza-tó hulladékszennyezése jelentős természetvédelmi probléma. Az árvizek következtében minden évben nagy mennyiségű uszadék, szerves anyag és kommunális hulladék vonul le a Tiszán. A felhalmozódott hulladék begyűjtése és annak lehető legnagyobb mértékű újrahasznosítása mellett kiemelten fontos a legszennyezettebb területek feltérképezése, amely a folyó megtisztításán túl a védekezést is támogatja.

A PET Kupával és az Országos Vízügyi Főigazgatósággal való együttműködésünk fontos természetvédelmi ügyet felkaroló kezdeményezés, amely elősegíti a társadalmi szemléletformálást és megerősíti vállalatunk partnerségét. A The Coca-Cola Company globális alapítványa, a The Coca-Cola Foundation nyújtotta 73 millió forintos támogatás lehetőséget teremt arra, hogy a Tisza folyó területén felhalmozódott hulladék begyűjtésre kerüljön. A folyó hazai szakaszának megtisztítása mellett a begyűjtött hulladék jelentős mértékben elszállításra kerül



a Waste Free Oceans szervezetéhez, valamint magához a PET Kupához, ahol az újrahasznosításnak köszönhetően a palackok új esélyt kapnak, hogy visszakerüljenek a körforgásba.

A kétéves Hulladékmentes Tisza program fő célkitűzése volt, hogy legalább 80 tonna hulladék kerüljön begyűjtésre és újrahasznosításra a tiszai ártérből. Vállalatunk eddig több mint 10 ezer tonna hulladékot gyűjtött az Országos Vízügyi Igazgatóság szakembereivel és a PET Kupával együttműködve. Az anyagi támogatáson túl a Coca-Cola Magyarország a munkatársakat is bevonva már három önkéntes napot szervezett, amelyeken közel 170-en vettek részt. 2020-ban a COVID-19 ellenére is folytatódott a folyó megtisztítása, amely továbbra is a The Coca-Cola Foundation anyagi támogatását élvezhette, annak ellenére, hogy a pandémia újraírta a személyes, önkéntes programok szervezését. 2020-ban új, GPS-jeladóval ellátott PET palackok segítségével kezdődött meg egy kétéves időtartamú hulladékmonitoring kampány. Az elektronikusan jelölt palackok rádiójelek által segítenek azonosítani a jelentősebb szennyezési gócpontokat és járulnak hozzá a pontosabb jövőbeli akciótervek kialakításához. A jeladó palackok technikai fejlesztése, tesztelése és nyomonkövetése jelentős mértékben a támogatásnak köszönhetően valósult meg.



A Hulladékmentes Tisza programról bővebben a PET Kupa honlapján olvashat.

NEMZETKÖZI ELISMERÉS A HULLADÉKMENTES TISZA PROGRAMÉRT

2020-ban a 80 országban jelenlévő Nemzetközi PR Szövetség (International Public Relations Association – IPRA) Golden World Award versenyén a Hulladékmentes Tisza programunk az „Environmental” és „Community relations” kategóriában is díjat nyert. A díjat 1990 óta a legkiválóbb, világszinten is példaértékű programok kapják. A Tisza-folyó megtisztításáért indított programsorozat keretében vállaltunk további elismerésekben is részesült az elmúlt időszakban, többek között az International Business Awards, a Communitas Awards, valamint a HBLF Üzleti Élet a Környezetért díjak által.



KÖZÖSEN A VIZEK VÉDELMÉBEN



A vizeink védelme soha nem volt még ennyire fontos, mint napjainkban. Európa frissvíz-készleteinek védelme és helyreállítása érdekében vállalatunk döntő fontosságú lépéseket határozott meg. A Coca-Cola és két legnagyobb európai palackozója 375 ezer európai állampolgár és 16 nagyvállalat mellett aláírta azt az európai közös nyilatkozat, amely a jelenlegi EU Vízgazdálkodási és vízi környezetgazdálkodási keretirányelveinek megtartását kéri az Európai Uniótól. Hiszünk benne, hogy a vízgazdálkodási kérdések szabályozási keretbe foglalása életbevágóan fontos és elengedhetetlen az európai vízkészletek megóvása érdekében.

9.3 #ÉNJÖVŐM PROGRAM

Idén már negyedik éve működik eredményesen a fiatalok munkaerőpiaci elhelyezkedését támogató #énjövőm programunk. A 2017-es induláskor a program célja a 18-30 év közötti, nem dolgozó és nem is tanuló, ún. NEET fiatalok (Not in Employment, Education or Training) munkaerőpiaci esélyeinek javítása volt, de az elmúlt évek során folyamatosan bővítettük a célcsoportjaink és partnereink számát. A pályakezdők mellett egyre nagyobb hangsúlyt fektettünk a hátrányos helyzetű roma fiatalok, a végzős egyetemisták, a fiatal vállalkozók és a kismamák és kisgyermekes szülők bevonására is. A Coca-Cola Magyarországnál szívügyünknek tekintjük az esélyegyenlőséget, így tavaly óta a The Coca-Cola Company-val együttműködve igyekszünk minél többet tenni a fiatal nők munkaerőpiaci

esélyeinek javítása érdekében. A Coca-Cola Magyarország #énjövőm programjának új kutatásából kiderült, hogy a kismamák és kisgyermekes anyukák sokszor hasonló problémákkal küzdenek mint a pályakezdő és frissdiplomás fiatalok, ezért fontosnak tartjuk, hogy ezt a területet is felkaroljuk és esélyt adjunk számukra a munkaerőpiaci elhelyezkedésre.

A 2020-as év elején két személyes képzést valósítottunk meg együttműködésben a Diversitas Központtal és a Salva Vita Alapítvánnyal: az egyik program a hátrányos helyzetű roma fiatalokat, a másik a fogyatékkal élő fiatalokat hivatott támogatni. A képzésekkel 35 fiatalnak, köztük 25 lánynak és 10 fiúnak tudtunk segíteni jövőjük tervezésében.



2017-2020
KÖZÖTT ÖSSZESEN
7522 FŐ
CSATLAKOZOTT
A PROGRAMHOZ



Ezt követően, a koronavírus okozta helyzet miatt az #énjövőm program is a virtuális világba költözött, 13 részből álló videó-sorozattal segítettük az otthoni tanulást. A modulok között pénzügyi ismeretek, értékesítési készségek, üzleti tervezés és a projektmenedzsment alapjai is szerepelnek. A képzést továbbra is ingyenesen biztosítottuk, előnye, hogy személyre szabható és szükség esetén vállalatunk munkatársai készséggel nyújtottak személyes tanácsadást is a tanulóknak. 2020-ban 1073 fő csatlakozott az online felülethez. A Grow with Google és a Coca-Cola Magyarország #énjövőm programjának közös, öt alkalomból álló programsorozatán azokkal a kérdésekkel foglalkoztunk, amelyek a digitális világban segíthetik a motivált fiatalokat álmaik állásának megszerzésében vagy sikeres saját vállalkozásuk beindításában. A webinarok keretében elsősorban a digitális tudatosságra, vállalkozásépítésre, önismeretre fókuszáltunk. 332 fejlődésre vágyó fiatal vett részt a programon.

A program népszerűségét jól tükrözi, hogy a járványhelyzet alatt is felhasználók ezrei végezték el a képzéseket az ország minden pontján. A program hosszútávú céljai között szerepel a kismamáknak, anyukáknak szóló eseménysorozat folytatása, valamint a tananyag fiatal vállalkozókra fókuszáló moduljainak kibővítése.

VIDÉOSOROZATTAL SEGÍT AZ #ÉNJÖVŐM PROGRAM AZ OTTHONRÓL TANULÓKNAK.

„Az #énjövőm online képzéseink legnagyobb előnye, hogy bárhol, bármikor, akár megszakításokkal is végezhetők – és éppen ez az, amiért kiválóan alkalmasak arra, hogy a jelenlegihez hasonló helyzetben is segítsenek a tanulásban. Bár az online képzések egész évben népszerűek, most arra törekedtünk, hogy azoknak is meghozzuk a kedvét a tanuláshoz, akik máskor inkább a csoportos, személyes alkalmainkra regisztráltak volna,

bemutassuk a felületen elérhető modulokat, és rávilágítsunk arra, miért érdemes elvégezni őket. A forgatást egyébként a saját otthonunkból, videókonferenciák és telefonhívások segítségével koordináltuk, de bízunk benne, hogy sikerült bebizonyítani, hogy otthonról is, még egy világjárvány ideje alatt is lehetséges új dolgokat létrehozni és ezáltal fejleszteni készségeinket.”
DR. SINKÓ ERIKA, az #énjövőm program szakmai koordinátora



10 GRI TARTALMI INDEX

GRI közzététel	Leírás	Fejezet	Oldal	Közvetlen válasz
GRI 102 Általános közzétételek – 2016				
Szervezeti profil				
GRI 102-1	A szervezet neve	A Coca-Cola HBC Magyarország	9	
GRI 102-2	Tevékenység, márkák, termékek és szolgáltatások	A Coca-Cola HBC Magyarország	9 10	
GRI 102-3	A központ székhelye	A Coca-Cola HBC Magyarország	9	
GRI 102-4	Működési helyszínek	A Coca-Cola HBC Magyarország	9	
GRI 102-5	Tulajdonviszonyok és jogi forma	A Coca-Cola HBC Magyarország	9	
GRI 102-6	Piaci jelenlét	A Coca-Cola HBC Magyarország	9	
GRI 102-7	A szervezet mérete	Felelősen a munkavállalóinkért	31	
GRI 102-8	Információ az alkalmazottakról és munkásokról	Felelősen a munkavállalóinkért	31	A munkavállalói értékek 2020.12.31-ei állapot szerint kerültek meghatározásra.
GRI 102-9	Az ellátási lánc bemutatása	A Coca-Cola HBC Magyarország	13	
GRI 102-10	A szervezetet és ellátási láncot érintő jelentős változások	–	–	2020-ban nem történt jelentős változás vállalatunk és értékláncunk tekintetében.
GRI 102-11	Az elővigyázatosság elve vagy megközelítései	Felelős üzleti működés és termékinlátat	47	
GRI 102-12	Külső kezdeményezések	–	–	Ahogy a fenntarthatóság egyre inkább központi jelentőségűvé válik, számos szervezet ismeri fel a közös cselekvés jelentőségét. Szerencsésnek mondhatjuk magunkat, amiért több ilyen szervezetnek is a tagja vagyunk, és részt vehetünk különböző fenntarthatósági kezdeményezéseikben. A Coca-Cola HBC vállalatcsoport részeként több globális kezdeményezés részei vagyunk, többek között: • UN Global Compact Network • The Coca-Cola Company Hulladékmentes Világ (World without Waste) kezdeményezése • UNESDA felelős marketingkommunikációra vonatkozó irányelvek • EU Vállalás a gyermekeknek szóló reklámokról • CDP (Carbon Disclosure Project) • Dow Jones Sustainability Index Legfontosabb hazai kezdeményezés: • Magyar Ásványvíz, Gyümölcslé és Üdítőital Szövetség önkéntes cukorcsökkentési és újrahasznosított műanyag arányának növelésével kapcsolatos vállalásai
GRI 102-13	Szervezeti tagságok	A Coca-Cola HBC Magyarország	21	
Stratégia				
GRI 102-14	A legmagasabb beosztású döntéshozó nyilatkozata	Köszöntő	5 6	

GRI közzététel	Leírás	Fejezet	Oldal	Közvetlen válasz
Etika és integritás				
GRI 102-16	Értékek, alapelvek és viselkedési normák	A Coca-Cola HBC Magyarország	16	
Vállalatirányítás				
GRI 102-18	A szervezet irányítási struktúrája	Felelős üzleti működés és termékkínálat	47	
Érintettek bevonása				
GRI 102-40	Az érintetti csoportok listája	A Coca-Cola HBC Magyarország	20	
GRI 102-41	Kollektív szerződések	–	–	Vállalatunknál nem működik szakszervezet, így nincs kollektív szerződés munkavállalóinkkal.
GRI 102-42	Az érintettek azonosítása és kiválasztása	A Coca-Cola HBC Magyarország	20	
GRI 102-43	Az érintettek bevonásának megközelítései	A Coca-Cola HBC Magyarország	20	
GRI 102-44	Fontos témák és kérdések	A Coca-Cola HBC Magyarország	20	
Jelentéskészítési gyakorlat				
GRI 102-45	A konszolidált pénzügyi jelentésben szereplő entitások	–	–	Coca-Cola HBC Magyarország Kft.
GRI 102-46	A jelentés tartalmának és határainak meghatározása	A jelentésről	3	
GRI 102-47	Lényeges témák listája	Fenntarthatóság a Coca-Cola HBC Magyarországnál	26	
GRI 102-48	Korábbi információk újraközlése	A jelentésről, GRI Index	3 63	A vízfelhasználásra, az rPET arányát érintő számítási módszerre, a 2020-as célszámaink meghatározására és a vállalatcsoportot érintő 2020-as célkitűzések közzétételére, valamint a munkavállalói szintekre vonatkozó információkban történt változások újraközlésére kerültek a tárgyévra és ahol lehetséges a korábbi időszakokra. Az újraközlésre került területekhez tartozó módszertani, kiegészítő információk lábjegyzetben, az adott fejezetben kerültek megjelölésre.
GRI 102-49	Változások a jelentéskészítésben	A jelentésről	3	
GRI 102-50	A jelentési periódus	A jelentésről	3	
GRI 102-51	A legutóbbi riport dátuma	A jelentésről	3	
GRI 102-52	Jelentéstételi ciklus	A jelentésről	3	
GRI 102-53	Elérhetőség a riporttal kapcsolatos kérdések esetén	A jelentésről	3	
GRI 102-54	A GRI szabvánnyal való összhang	A jelentésről	3	A jelentés a GRI Standards alapján készült, az „Alap” („Core”) megfelelési szinttel összhangban.
GRI 102-55	GRI Index	GRI Index	63 67	
GRI 102-56	Külső tanúsítás	A jelentésről	3	A magyarországi működésünkre vonatkozó jelentéseket nem auditáltatjuk külső, független harmadik féllel.

GRI közzététel	Leírás	Fejezet	Oldal	Közvetlen válasz
Gazdasági teljesítmény				
GRI 201 Gazdasági teljesítmény – 2016				
GRI 103-201	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Felelős üzleti működés és termékkínálat	51	
GRI 201-1	A keletkezett és felosztott közvetlen gazdasági érték	A Coca-Cola HBC Magyarország	19	
GRI 204 Beszerzési gyakorlat – 2016				
GRI 103-204	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Fenntarthatóan a környezetért	41	
GRI 204-1	Hazai beszállítóknak történő kifizetések aránya	A Coca-Cola HBC Magyarország	13	A beszerzésben a továbbértékesített termékeknek nem jelennek meg. A beszállítóknál csak a gyártási és értékesítési tevékenységhez szükséges alapanyagokat és szolgáltatókat vettük figyelembe.
GRI 205 Korrupcióellenesség – 2016				
GRI 103-205	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Felelős üzleti működés és termékkínálat	47	
GRI 205-2	Korrupcióellenes politikákról és eljárásokról szóló kommunikáció és tréningek	Felelős üzleti működés és termékkínálat	49	
GRI 205-3	Korrupciós esetek és válaszlépések	Felelős üzleti működés és termékkínálat	49	
GRI 206 Versenyellenes viselkedés – 2016				
GRI 103-206	Vezetési irányelvek – Versenyellenes viselkedés	Felelős üzleti működés és termékkínálat	50	
GRI 206-1	Versenyellenes viselkedéssel, trösztellenességgel és monopol üzleti gyakorlattal kapcsolatos jogi eljárások	Felelős üzleti működés és termékkínálat	50	
Környezeti teljesítmény				
GRI 301 Anyaghasználat – 2016				
GRI 103-301	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Fenntarthatóan a környezetért	35	
GRI 301-2	Újrahasznosított anyagok használata	Fenntarthatóan a környezetért	39	
GRI 302 Energia – 2016				
GRI 103-302	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Fenntarthatóan a környezetért	42	
GRI 302-1	Energiafogyasztás a szervezeten belül	Fenntarthatóan a környezetért	43	
GRI 302-3	Energiaintenzitás	Fenntarthatóan a környezetért	44	

GRI közzététel	Leírás	Fejezet	Oldal	Közvetlen válasz
GRI 303 Víz és szennyvíz – 2018				
GRI 103-303	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Fenntarthatóan a környezetért	45	
GRI 303-1	Kölcsönhatások a vízzel, mint megosztott erőforrással	Fenntarthatóan a környezetért	45	
GRI 303-2	A vízkibocsátással kapcsolatos hatások kezelése	Fenntarthatóan a környezetért	45	
GRI 303-5	Vízfelhasználás	Fenntarthatóan a környezetért	46	A beszállítók vízfelhasználásáról és szennyvíz-kezeléséről nem rendelkezünk információval. Vállalatunknál víztározással kapcsolatos információt nem gyűjtünk.
GRI 305 Kibocsátás – 2016				
GRI 103-305	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Fenntarthatóan a környezetért	42	
GRI 305-4	Üvegházhatásúgáz-kibocsátási intenzitás	Fenntarthatóan a környezetért	42	A kibocsátás értéke CO ₂ ekvivalensben értendő. A kalkulációban minden üvegházhatású gáz figyelembe lett véve.
GRI 306 Szennyvíz, hulladék – 2016				
GRI 103-306	Vezetési irányelvek – Szennyvíz és hulladék	Fenntarthatóan a környezetért	40	
GRI 306-2	Hulladék típus és kezelési mód szerint	Fenntarthatóan a környezetért	40	
GRI 307 Környezeti megfelelés – 2016				
GRI 103-307	Vezetési irányelvek – Környezeti megfelelés	Fenntarthatóan a környezetért	48	
GRI 307-1	Nem megfelelés a környezetvédelmi törvényeknek és szabályozásoknak	Fenntarthatóan a környezetért	48	
Társadalmi teljesítmény				
GRI 401 Foglalkoztatás – 2016				
GRI 103-401	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Felelősen a munkavállalóinkért	29	
GRI 401-1	Új belépők és fluktuáció	Felelősen a munkavállalóinkért	32	
GRI 403 Munkahelyi egészség és biztonság – 2018				
GRI 103-403	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Felelősen a munkavállalóinkért	33	
GRI 403-1	Munkavállalók részvétele a hivatalos egészség- és biztonságügyi bizottságban	Felelősen a munkavállalóinkért	33	
GRI 403-2	Sérülések típusai és aránya, foglalkozásból eredő betegségek, kiesett munkanapok és hiányzások aránya, munkahelyi halálos balesetek száma	Felelősen a munkavállalóinkért	33	
GRI 403-9	Munkahelyi sérülések	Felelősen a munkavállalóinkért	33	

GRI közzététel	Leírás	Fejezet	Oldal	Közvetlen válasz
GRI 405 Sokszínűség és esélyegyenlőség – 2016				
GRI 103-405	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Emberi jogok és sokszínűség	34	
GRI 405-1	Sokszínűség a vezetői testületben és munkavállalók körében	Emberi jogok és sokszínűség	34	
GRI 416 Vásárlók egészsége és biztonsága – 2016				
GRI 103-416	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Felelős üzleti működés és termékkínálat	53	
GRI 416-1	Termékek és szolgáltatások egészségre gyakorolt hatásainak értékelése	Felelős üzleti működés és termékkínálat	53	
GRI 416-2	Termékek és szolgáltatások egészséget és biztonságot érintő nem-megfeleléseinek esetei	Felelős üzleti működés és termékkínálat	53	
G4 FP6	Termékek csökkentett telített zsír, transzsír, nátrium és hozzáadott cukor tartalommal	Felelős üzleti működés és termékkínálat	54	
GRI 417 Marketing és címkézés – 2016				
GRI 103-417	Vezetési irányelvek (103-1, 103-2, 103-3)	Felelős üzleti működés és termékkínálat	55	
GRI 417-2	Termékek és szolgáltatások címkézését érintő nem-megfelelések esetei	Felelős üzleti működés és termékkínálat	55	
GRI 417-3	Marketingkommunikációra vonatkozó nem-megfelelések esetei	Felelős üzleti működés és termékkínálat	55	

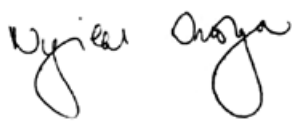
11

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretnénk köszönetet mondani a jelentés elkészítéséhez nyújtott támogatásért és segítségért kollégáinknak és a CCHBC minden vezetőjének.

**Jakab János**

Vállalati kapcsolatok és kommunikációs igazgató

**Nyilas Orsolya**

Külső kommunikációs vezető



**Coca-Cola HBC
Magyarország**