



## **FENNTARTHATÓSÁGI JELENTÉS**

2014 / 2015

## A JELENTÉSRŐL

Jelentéstételi időszak:	2014-es és 2015-ös naptári év
Legutóbbi jelentés dátuma:	2013
Jelentéstételi ciklus:	Felkészültünk a GRI G4 szabványnak való megfelelésre és az átállásra, ezért a korábbi éves ciklustól eltérően most kétéves periódusról jelentünk.
Elérhetőség:	Jakab Judit, coca-cola.fenntarthatosag@cchellenic.com
A jelentés tartalma:	A jelentésben a Coca-Cola HBC Magyarország Kft. működésével összefüggő lényeges ügyeket, illetve az ezekkel kapcsolatban kidolgozott programokat és kezdeményezéseket mutatjuk be 12 lényeges ügyünk mentén.
A jelentés hatóköre:	A jelentés a vállalat összes funkcionális területére kiterjed (beleértve az országban elszórta található értékesítési és elosztó központokat is).
A jelentés besorolása:	Önbesorolásunk szerint GRI G4 alap ('core')
A jelentés tanúsítása külső fél által:	A helyi működésünkre vonatkozó jelentéseket nem auditáltatjuk külső, független harmadik félel. Ugyanakkor a cégcsoport országainak adatait a Denkstatt független tanácsadó cég négyéves ciklusokban auditálja a Coca-Cola Hellenic cégcsoport által évente kiadott, a GRI G4 átfogó irányelvei alapján készült integrált jelentések auditfolyamatának részeként. A magyarországi operációra vonatkozóan legutóbb a 2015-ös adatokat ellenőrizte a tanácsadó cég.

## A FIGYELEM EREJE

Az üzleti élet legfontosabb kihívása az, hogy fogyasztóink vágyainak és elvárásainak minden körülmények között megfeleljünk. A titok kulcsa, hogy figyelmesen hallgassuk meg érintettjeinket, mert sok esetben az ő visszajelzéseikben találjuk meg a választ.

A Coca-Cola HBC Magyarország évek óta nagy figyelmet szentel annak, hogy a legfontosabb ügyeit pontosan meghatározza. Mindezt külső és belső érintettjeink aktív bevonásával tettük és tesszük, a további sikereket, növekedést és értékteremtést szem előtt tartva. A releváns és lényeges ügyek segítségével megismerhetjük, hogyan értékeli a működésünket a külvilág, valamint munkatársaink.

Érintettjeink 12 olyan kulcsfontosságú területet határoztak meg, mint a vállalatirányítás, termékminőség, csomagolás, vízfelhasználás vagy munkavállalói elkötelezettség. A Fenntarthatósági Jelentésünkben is ezekre az ügyekre helyeztük a hangsúlyt.

Hiszünk abban, hogy a lényeges ügyek hatékony kezelése növeli érintettjeink elégedettségét, és hozzájárul ahhoz, hogy továbbra is értéket teremtsünk és közvetítsünk, valamint egyre bővülő portfólióink még több örömet okozzon fogyasztóinknak.

**Minas Agelidis**  
ügyvezető  
Coca-Cola HBC Magyarország

# COCA-COLA HBC MAGYARORSZÁG ÉS A FENNTARTHATÓSÁG

FENNTARTHATÓSÁG ÉS ÁTLÁTHATÓSÁG

VÁLLALATUNKRÓL RÖVIDEN

ÜZLETI MODELL

ELLÁTÁSI LÁNC

STRATÉGIAI PILLÉREK ÉS VÁLLALATI ÉRTÉKEK

ÜZLETI STRATÉGIA

FENNTARTHATÓSÁG A GYAKORLATBAN

LÉNYEGES ÜGYEK ÉS STRATÉGIAI PILLÉREK  
 KAPCSOLATA

## FENNTARTHATÓSÁG ÉS ÁTLÁTHATÓSÁG

Vállalatunk 2008 óta minden évben számot ad a fenntarthatóság terén tett erőfeszítéseiről és eredményeiről, mivel fontos számunkra az átláthatóság, a bizalom és a megbízhatóság.

### LÉNYEGES ÜGYEINK

Azonosítjuk azokat a lényeges ügyeket, amelyek a legnagyobb hatással vannak üzleti tevékenységünkre és a legfontosabbak érintettjeink számára, és folyamatosan foglalkozunk velük.

A lényeges ügyek közé tartoznak azok a gazdasági, környezeti és társadalmi kockázatok, amelyek hatással vannak üzleti hírnevünkre, valamint rövid-, közép- és hosszú távú értékteremtő képességünkre.

A lényeges ügyek azonosításának folyamata fontos adalékul szolgál üzleti stratégiánkhoz, és biztosítja, hogy fenntarthatósági jelentéseink a valóban fontos és érdeklődésre számot tartó témákkal foglalkozzanak.

### HOGYAN AZONOSÍTJUK ÉS RANGSOROLJUK A LÉNYEGES ÜGYEKET?

Az üzleti működésünk szempontjából kiemelt fontosságú ügyek azonosítása érdekében folyamatosan figyelemmel kísérjük a külső trendeket, valamint azok vállalatunk hosszú távú növekedési lehetőségeire gyakorolt hatását. Ezeket az ügyeket a vállalat és a társadalom szempontjából fontossági sorrendbe állítjuk, és a leglényegesebbeket évente bemutatjuk prioritási mátrixunkban.

A lényeges ügyek értékelésére szolgáló eljárásunk segít az ügyek rangsorolásában is, összhangban a GRI (Global Reporting Initiative - Globális Jelentéskészítési Kezdeményezés) G4 Fenntarthatósági Jelentési Irányelveivel.

Az, hogy egy adott ügy mennyire lényeges üzleti működésünk szempontjából, attól függ, milyen mértékben kapcsolódik az alábbiakhoz:

- ▶ Célunk, küldetésünk és üzleti stratégiánk
- ▶ Az általunk gyártott és értékesített márkák
- ▶ Működésünk hatása a magyar gazdaságra, környezetre és társadalomra
- ▶ Mennyire fontos az adott ügy érintettjeink számára
- ▶ Milyen mértékben tudjuk befolyásolni az adott ügyet mi, mint vállalat

### A LÉNYEGES ÜGYEK KEZELÉSE

A megfelelő vállalatirányítás érdekében a fontos kérdéseket évente felülvizsgáljuk, így biztosítva, hogy mindig az üzleti működésünk és az érintettjeink számára valóban fontos ügyekkel foglalkozzunk.

### AZ ÉRINTETTEK BEVONÁSA

Vállalatunk folyamatosan és proaktív módon bevonja tevékenységébe a működése által érintett egyéneket és szervezeteket. Figyelembe vesszük az érintettek elvárásait és jelzéseit, együttműködünk és partneri viszonyt tartunk fent velük.

### ÉRINTETTJEINK BEVONÁSA

Érintettjeinket üzleti és fenntarthatósági stratégiánkkal összhangban azonosítjuk. Érintettként definiálunk minden olyan magánszemélyt és szervezetet, akit/amelyet tevékenységünk közvetlenül vagy közvetetten érint, és akik/amelyek hatással vannak arra, hogy képesek vagyunk-e fenntartható módon növelni vállalkozásunkat.



Helyi közösségek



Ipari szövetségek



Fogyasztók



Döntéshozók



Média



FMCG vállalatok



Munkatársak



Civil szervezetek



Hatóságok

## SZÖVETSÉGEK, AMIKNEK TAGJAI VAGYUNK



## RÖVIDEN A MÓDSZERTANRÓL

A magyarországi vállalat a lényeges ügyek felmérését először 2015 novemberében végezte el, a 2014. évre vonatkozóan, melyen viszonylag gyorsan követett a 2015. évre vonatkozó, 2016 tavaszán elvégzett felmérés. Ennek oka a 2016 őszére elkészülő GRI G4 jelentés követelményeinek való megfelelés volt.

A 2015. évre vonatkozóan a lényeges ügyek listáját először a Coca-Cola HBC csoport lényeges ügyek („material issues”) listája alapján állítottuk össze.

Az online kérdőívben az egyes ügyeket rövid magyarázatokkal láttuk el. A külső érintettek magyar, míg vállalatunk vezetői angol nyelvű kérdőívet töltöttek ki.

A kérdőívet kitöltő külső érintettek a következő területekről, szektorokból kerültek ki:

- ▶ Tudományos élet, felsőoktatás
- ▶ Vevő/kereskedő/értékesítő partner
- ▶ Iparági érdekvédelmi szervezet/egyeztető fórum
- ▶ Média
- ▶ Civil szervezet
- ▶ Helyi közösség képviselője
- ▶ Alapanyag, anyag, résztermék beszállító
- ▶ Szolgáltatás beszállító (fuvarozás, munkaerő, étkeztetés, stb.)
- ▶ Szolgáltatás beszállító (szakmai)

Belső érintettjeink közül a kérdőívet a 2014. évre vonatkozóan 150 magyarországi felső- és középvezetőnknek küldtük szét kitöltésre, míg a 2015. évre vonatkozót 66 legfontosabb felső- és középvezetőnknek.

Az alábbiakban a 2015. évre vonatkozó felmérés eredménye alapján kialakult lényeges ügyek mátrixát mutatjuk be, illetve jelentésünket is ezen ügyek mentén építettük fel.

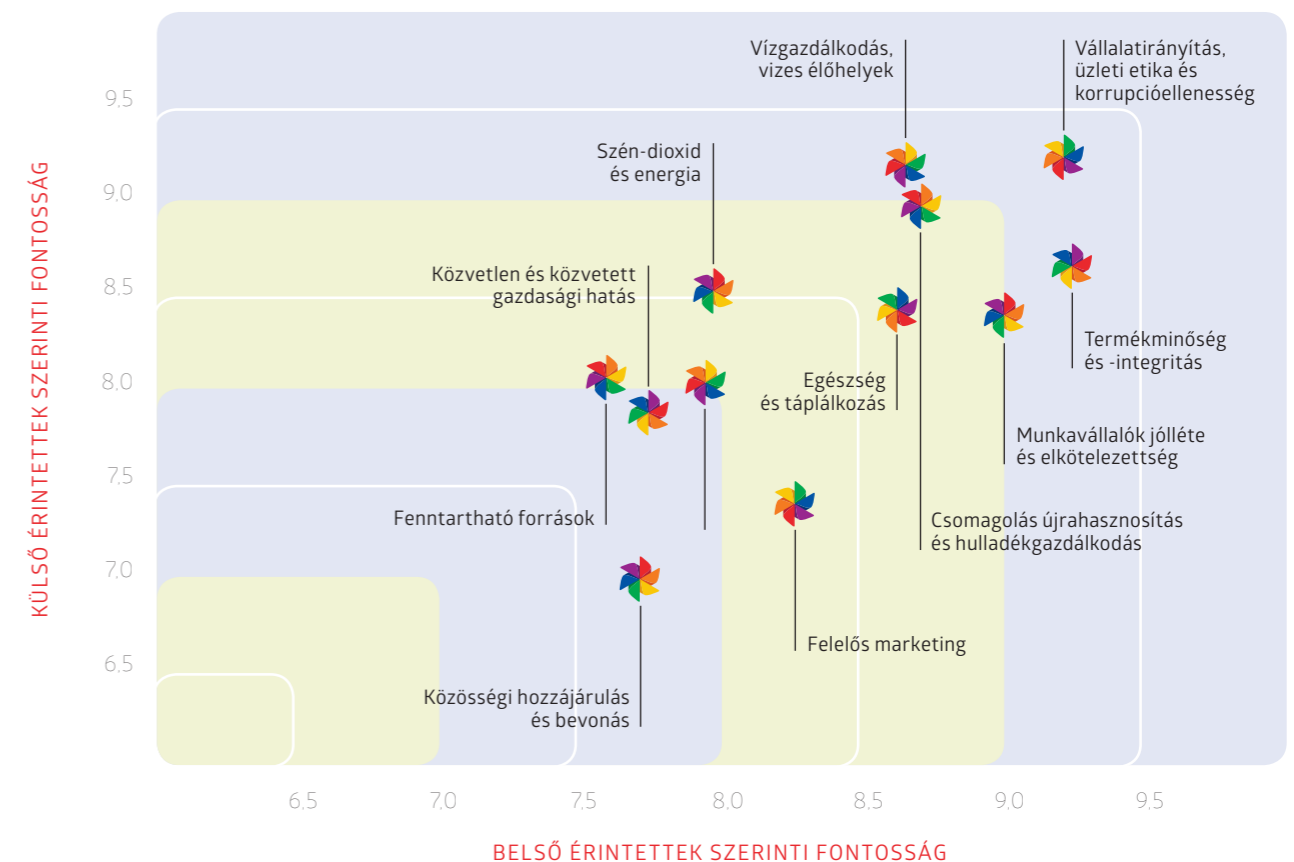
Folyamatosan figyelemmel kísérjük érintettjeink véleményét és meglátásait, az alábbi eszközökkel:

- ▶ Érintetti fórumok szervezése
- ▶ Személyes beszélgetés legfontosabb belső döntéshozóinkkal és külső partnereinkkel
- ▶ Folyamatos egyeztetés külső érintettjeinkkel
- ▶ Online felmérés az összes funkciót képviselő több mint 60 vezetőnk részvételével, továbbá a felsővezetőink által megjelölt több mint 50 külső érintett számára
- ▶ Figyelembe vesszük a The Coca-Cola Company és más palackozók, valamint élelmiszer- és italgártó cégek lényeges ügyeinek listáit
- ▶ Meghallgatjuk vállalatunk Kockázati Fórumának visszajelzéseit

A jelentés elkészítésének első lépéseként elvégeztük a lényeges ügyek felmérését.



## A LÉNYEGES ÜGYEK MÁTRIXA






## A LÉNYEGES ÜGYEK FONTOSSÁGA

Lényeges ügy	Külső érintettek szerinti fontosság	Belső érintettek szerinti fontosság	Átlag
Vállalatirányítás, üzleti etika és korrupcióellenesség	9,23	9,21	9,22
Termékminőség és -integritás	8,65	9,24	8,95
Vízgazdálkodás, vizes élőhelyek	9,19	8,65	8,91
Csomagolás újrahasznosítás és hulladékgazdálkodás	8,97	8,71	8,83
Munkavállalók jólléte és elkötelezettség	8,39	9,00	8,71
Egészség és táplálkozás	8,42	8,62	8,52
Szén-dioxid és energia	8,52	7,97	8,23
Emberi jogok és sokszínűség	8,03	7,94	7,98
Felelős marketing	7,39	8,26	7,85
Fenntartható források	8,06	7,59	7,82
Közvetlen és közvetett gazdasági hatás	7,87	7,74	7,80
Közösségi hozzájárulás és bevonás	6,90	7,71	7,32





## LÉNYEGES ÜGYEINK KEZELÉSE

### GAZDASÁGI ÜGYEINK

	MIÉRT LÉNYEGES?	AZ ÉRINTETTEKET MIBEN ÉRINTI?	MI A MEGOLDÁS?	ÉRINTETTI KÖR
 VÁLLALATIRÁNYÍTÁS, ÜZLETI ETIKA ÉS KORRUPCIÓNELLENESÉG	A Coca-Cola HBC Magyarország üzleti tevékenységeit áthatja az integritás és a társadalom iránti tisztelet. A megfelelő vállalati gondolkodásmódhoz elengedhetetlen a megfelelő üzleti etika, illetve egy jól megalapozott pénzügyi és nem-pénzügyi teljesítményre vonatkozó folyamatrendszer, amely a Coca-Cola HBC hitelét és jóhírnevét szolgálja.	A nem-pénzügyi teljesítmény menedzsment, beleértve a társadalmi és környezeti hatásokat, elengedhetetlen a hosszútávú jó pénzügyi teljesítményhez.	A vállalatirányítást holisztikusan közelítjük meg, fenntartjuk a zéró tolerancia elvét az Üzletszabályzat és Korruptióellenes Politikában szereplő vétségek tekintetében. Munkavállalóink számára bejelentővonalat biztosítunk, illetve két évente üzleti etikai és korrupcióellenes oktatásban részesülnek.	Helyi közösségek, fogyasztók, vásárlók, beszállítók, döntéshozók, civil szervezetek, médiahatóságok, tudományos és oktatási intézmények, munkavállalók
 KÖZVETLEN ÉS KÖZVETETT GAZDASÁGI HATÁS	A helyi gazdaság fejlődéséhez a fő üzleti tevékenységeink segítségével járulunk hozzá. Ezek a tevékenységek bevételt jelentenek a dolgozóknak, beszállítóknak, alvállalkozóknak, valamint fejlesztjük a vásárlóerőt és az általános életszínvonalat, valamint az adózásnak és egyéb befizetéseknek köszönhetően az infrastrukturális fejlődéshez is hozzájárulunk. Közösségi programok támogatásával fontos társadalmi és környezetvédelmi kérdések megoldásához járulunk hozzá.	Számos olyan érintettünk van, akik üzleti tevékenységünk kedvezményezettjei közvetlen vagy közvetett módon. Ebből kifolyólag érdekük, hogy üzleti tevékenységünk sikeres legyen és értéket közvetítsen.	Közel 1100 munkavállalót foglalkoztatunk Magyarországon, és több mint 15 ezer embernek adunk közvetve vagy közvetlenül munkát az értékláncon keresztül. Beszállítóink nyersanyagot, munkaeszközöket és szolgáltatásokat biztosítanak számunkra.	Fogyasztók, vásárlók, beszállítók, tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, döntéshozók, sajtó, civil szervezetek, munkavállalók
 EGÉSZSÉG ÉS TÁPLÁLKOZÁS	Tisztában vagyunk vele, hogy az elhízás és a mozgásszegény életmóddal összefüggésbe hozható megbetegedések összetett globális problémát jelentek. Ebbe a körbe tartozik a kalóriabevitel aránytalansága, vagyis a túl sok bevitt és a túl kevés elégetett kalória. Hisszük, hogy termékeink megfelelő mennyiségű és minőségű testmozgás mellett az egészséges életmód részét képezhetik.	Fogyasztóink egészsége fontos, hiszen ez hatással van arra is, hogy a kormánynak mennyit kell költenie egészségügyre.	Alacsony kalóriatartalmú vagy kalóriamentes üdítőket is kínálunk, termékeink tápanyag összetétele jól átlátható, a kalóriaszám a csomagoláson jól láthatóan fel van tüntetve.	Coca-Cola rendszer, fogyasztók, vásárlók, beszállítók, tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, döntéshozók, sajtó, civil szervezetek, munkavállalók
 FELELŐS MARKETING	Hirdetéseink és promócióink több millió embert érnek el, ezért a felelős marketing kérdése kiemelt jelentőséggel bír számunkra, hiszen minden közvetlen kereskedelmi tevékenységünk, hirdetéseink, promócióink, hatással vannak a vállalat megítélésére.	Érintettjeink elvárják, hogy világos információval szolgáljunk a termékeink összetevőivel, előnyeivel kapcsolatban, és hogy felhívjuk a figyelmet az energiaegyensúly fenntartására (bevitt és elégetett kalóriák aránya).	Felelős marketing irányelvünk értelmében nem végzünk közvetlen kereskedelmi tevékenységet általános iskolákban, és nem hirdetünk 12 év alatti gyerekeknek. Alacsony kalóriatartalmú vagy kalóriamentes üdítőket is kínálunk, termékeink tápanyag összetétele jól átlátható, a kalóriaszám a csomagoláson jól láthatóan fel van tüntetve.	Vásárlók, fogyasztók, civil szervezetek, hivatalok
 TERMÉKMINŐSÉG ÉS -INTEGRITÁS	A termékeinket úgy alakítottuk ki, hogy felrissítsék a fogyasztókat és kielégítsék a vásárlói igényeiket. Mindent megteszünk annak érdekében, hogy a fogyasztók bizalmát élvezhessük az állandó magas minőségnek és biztonságának köszönhetően.	Az érintettjeinket érdekli, hogyan biztosítjuk az élelmiszerbiztonságot és minőséget az ellátási láncban keresztül. A jó minőségű termékek még versenyképesebbé tesznek minket.	A termékintegritás azt jelenti, hogy fogyasztóinkhoz mindig a lehető legmagasabb minőségű üdítőitalok kerüljenek, és minden szempontból elégedettek legyenek. Az end-to-end élelmiszeripari sztenderdeknek köszönhetően még magasabbra emeljük a léceket, és világszínvonalra törekszünk az ellátási lánc minden pontján.	Coca-Cola rendszer, fogyasztók, vásárlók, beszállítók, tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, döntéshozók, sajtó, civil szervezetek, munkavállalók, FMCG vállalatok

## LÉNYEGES ÜGYEINK KEZELÉSE

### KÖRNYEZETVÉDELMI ÜGYEINK

	MIÉRT LÉNYEGES?	AZ ÉRINTETTEKET MIBEN ÉRINTI?	MI A MEGOLDÁS?	ÉRINTETTI KÖR
 SZÉN-DIOXID ÉS ENERGIA	Energia szükséges minden termelési és logisztikai folyamatunkhoz. A klímaváltozás egyike a lényeges ügyeinknek, annál is inkább, mert a hideg üdítőitalok fogyasztását az időjárás befolyásolhatja. Ez a kérdés érinti a beszállítóinkat, vásárlóinkat és azokat a közösségeinket, ahol jelen vagyunk.	A költséghatékony, tiszta energia és a klímaváltozás elleni harc kettő az ENSZ és a tagállamok 17 Fenntartható Fejlődésre vonatkozó 2016. szeptemberi céljai közül. Ennek meg nem valószínűsítása jelenti a Világ gazdasági Fórum 2016 globális jelentésében az egyik fő kockázatot.	Jelentős mértékű befektetésekkel támogatjuk az energiahatékony és alacsony szén-dioxid kibocsátást támogató technológiákat, hogy használatukkal a klímaváltozás negatív hatásainak kevésbé legyünk kitéve, működésünk költség-hatékonyabb legyen, valamint termelési hatékonyságunk is növekedjen.	Fogyasztók, vásárlók, beszállítók, tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, döntéshozók, sajtó, civil szervezetek
 CSOMAGOLÁS, ÚJRAHASZNOSÍTÁS ÉS HULLADÉKGAZDÁLKODÁS	Vállaltunk több ezer egységrekesznyi terméket ad el évente ezért a csomagolás kulcsfontosságú a termékeink frissessége és biztonsága érdekében. A fenntartható csomagolás és hulladékgazdálkodás kiemelten fontos, tekintve hogy milyen nagy mennyiségű csomagolóanyagot használunk. A csomagolóanyagok újrahasznosítása éppen ezért tartozik lényeges ügyeink közé.	A körforgásos gazdaság kialakítása kiemelt helyen szerepel a politikai döntéshozóknál és a médiában is.	A végső célunk az újrahasznosítási kör lezárása, amely során a használt csomagolásból új lesz. Az általunk használt csomagolások esetén célunk a káros környezeti hatások minimalizálása, könnyebb és kevesebb csomagolóanyag használatával.	Döntéshozók, tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, döntéshozók, sajtó, civil szervezetek
 FENNTARTHATÓ FORRÁSOK	Az üdítőipar a mezőgazdasági nyersanyagok egyik legfontosabb vásárlója. A beszerzési folyamat nagyban hozzájárul a gazdasági, működési és környezeti ökológiai lábnyomunk nagyságához. A beszállítóink teljesítménye e téren közvetlenül érinti a mi teljesítményünket, gazdasági, környezetvédelmi és társadalmi szinten is.	A természetes forrásokra hatalmas nyomás nehezedik, és a klímaváltozás, a szegénység és a társadalmi egyenlőtlenségek befolyásolják a termést és a vízellátást is. Az élelmiszer és vízkészlet megóvása érdekében elengedhetetlen a fenntartható beszerzés.	Elköteleztük magunkat, hogy olyan beszállítókkal működünk együtt, akik biztosan és igazoltan fenntartható módon szerzik be mezőgazdasági alapanyagait. A beszállítóinkkal együttműködve fogunk a 2020-ra előirányzott Fenntartható Mezőgazdasági Elveknek megfelelni. Minden beszállítónak meg kell felelnie a Beszállítói Irányelveinkben foglaltaknak.	Döntéshozók, tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, döntéshozók, sajtó, civil szervezetek
 VÍZGAZDÁLKODÁS, VIZES ÉLŐHELYEK	A víz egyrészt a termékeink legfőbb alapanyaga, másrészt az azokhoz szükséges mezőgazdasági alapanyagok előállításához is nélkülözhetetlen. Közösségeink számára is elengedhetetlen a megléte, ezért a felelős vízfelhasználás minden folyamatunkat és az ellátási láncot is áthatja.	Az élethez és az egészséghez nélkülözhetetlen az elegendő mennyiségű és minőségű víz és a higiénia. Az ENSZ Fenntartható Fejlődésre vonatkozó célja közül kettő is a vízzel és a higiéniával kapcsolatos ügyekhez kötődik.	2020-ig gyártási folyamatainkra vonatkozóan jelentős vízfelhasználás csökkentést tűztünk ki célul. Folyamatosan keressük a vízzel kapcsolatos kezdeményezéseket és befektetési lehetőségeket. Elköteleztük magunkat, hogy üzemeink megfeleljenek az üzleti szereplők fenntartható vízgazdálkodási jó gyakorlatát igazoló EWS (European Water Standard) rendszer követelményeinek. Közösségi vizes programokat támogatunk annak érdekében, hogy felhívjuk a figyelmet a folyók és a vizes élőhelyek megóvásának fontosságára.	Tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, döntéshozók, civil szervezetek



## LÉNYEGES ÜGYEINK KEZELÉSE

### TÁRSADALMI ÜGYEINK

	MIÉRT LÉNYEGES?	AZ ÉRINTETTEKET MIBEN ÉRINTI?	MI A MEGOLDÁS?	ÉRINTETTI KÖR
 KÖZÖSSÉGI HOZZÁJÁRULÁS ÉS BEVONÁS	Az üzleti sikerünk nagyban függ közösségeink jóllététől és erejétől. A világos irány-mutatás és fókuszpontok meghatározása segíti közösségeink, és ez által üzletünk növekedését.	Az egészség, a jóllét, a minőségi okta-tás és a megfelelő munka biztosítása mind szerepel az ENSZ Fenntartható ÍFejlődési céljai között, és a vállalatok felé elvárás, hogy hozzájáruljanak ezek megvalósításához. Az érintettek azt várják, hogy az e téren elért eredmé-nyeinket nyilvánosságra hozzuk.	A két legfontosabb terület a közösségi programokon belül az aktív, egészséges életmód és a vízgazdálkodás. Előbbi témában a Coca-Cola Testébresztő programra vagyunk büszkék, melyre az elmúlt tíz évben több mint 1 milliárd forintot fordítottunk.	Tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, döntéshozók, sajtó, civil szervezetek
 MUNKAVÁLLALÓI JÓLLÉT ÉS ELKÖTELEZETTSÉG	Sikerünk kulcsa, hogy képesek legyünk tehetséges, egészséges, boldog és elköte-lezett munkaerőt bevonni. Az oktatás, fejlesztés, motiválás és a munkavállalói elkötelezettség kialakítása, illetve a biztonságos munkakörnyezet és jóllét kialakí-tása mind része vállalati kultúránknak.	Egyre többen felismerik az egyéni jóllét fontosságát munkahelyen belül és kívül is. Ha a munkavállaló jól érzi magát a munkahelyén, akkor jobban teljesít, mind költséghatékonysági szempont-ból, mind a hatékony és minőségi munkavégzés terén. A munkavállalók munkahelyi teljesítménye és fenntart-hatósági elkötelezettségük mértéke szorosan összefügg.	A fenntarthatósági elkötelezettségi eredményünk 2014-ben 85%, míg 2015-ben 81% volt. A munkavállalói jólléti stratégiánk négy fő pilléren nyugszik: fizikai, érzelmi, társadalmi és anyagi jóllét. Munkatársainknak rendszeres programokat, egészségügyi szűréseket, sportolási lehetőségeket, rugalmas munkaidőt kínálunk, a szülők munkába való visszatérését segítő kezdeményezéseket indítunk.	Munkavállalók
 EMBERI JOGOK ÉS SOKSZÍNŰSÉG	Munkatársaink nélkül nem lehetünk sikeresek. Olyan munkakörnyezet kialakítására törekszünk, amely teret ad a sokszínűségnek, befogadó, és az emberi jogokat maximálisan tiszteletben tartja az ellátási lánc teljes egészében.	Az üzleti élet globalizációja jelentő-sen kitágította a különböző kulturális háttérrel rendelkező munkavállalók lehetőségeit. A sokszínűség kezelésé-nek sikeressége a vezetőség minőségé-nek és innovatív képességének az egyik fokmérője. A sokszínűségekre vonatkozó statisztikák és irányelvek így számos érintettünket érdeklik.	Emberi Jogi Politikánkat az ENSZ vo-natkozó alapelvei mentén alakítottuk ki. A nők a teljes munkaerő 25%-át tették ki 2015-ben és 33%-ban vannak jelen a felsővezetői csapatban.	Coca-Cola rendszer, fogyasztók, vásár-lók, beszállítók, tudományos és oktatási intézmények, helyi közösségek, dönté-s-hozók, civil szervezetek, munkavállalók



A fent említett ügyeket a fenntarthatóság három alappilléreinek megfelelően csoporto-sítva mutatjuk be részletesen: gazdasági, társadalmi és környezetvédelmi ügyek.

## VÁLLALATUNKRÓL RÖVIDEN

2014-ben: **439,76**  
2015-ben: **475,97**

millió liter értékesített termék

2014-ben: **72,896**  
2015-ben: **81,774**

milliárd Ft nettó árbevétel  
a hazai értékesítésből

2014-ben: **19,313**  
2015-ben: **17,678**

milliárd Ft nettó árbevétel  
az exportértékesítésből

2014-ben: **9,438**  
2015-ben: **9,438**

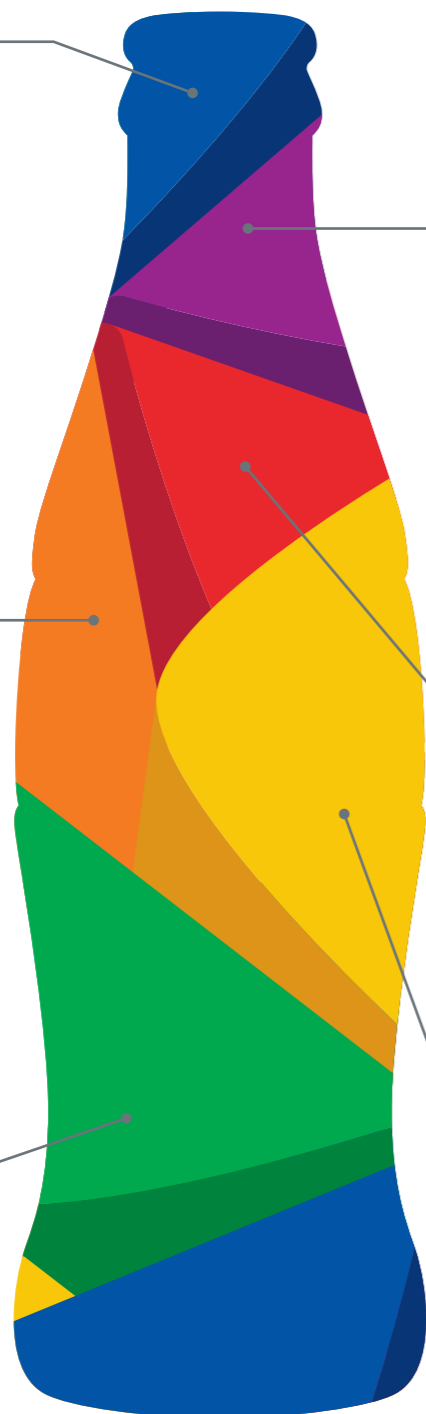
milliárd Ft saját tőke

**23**

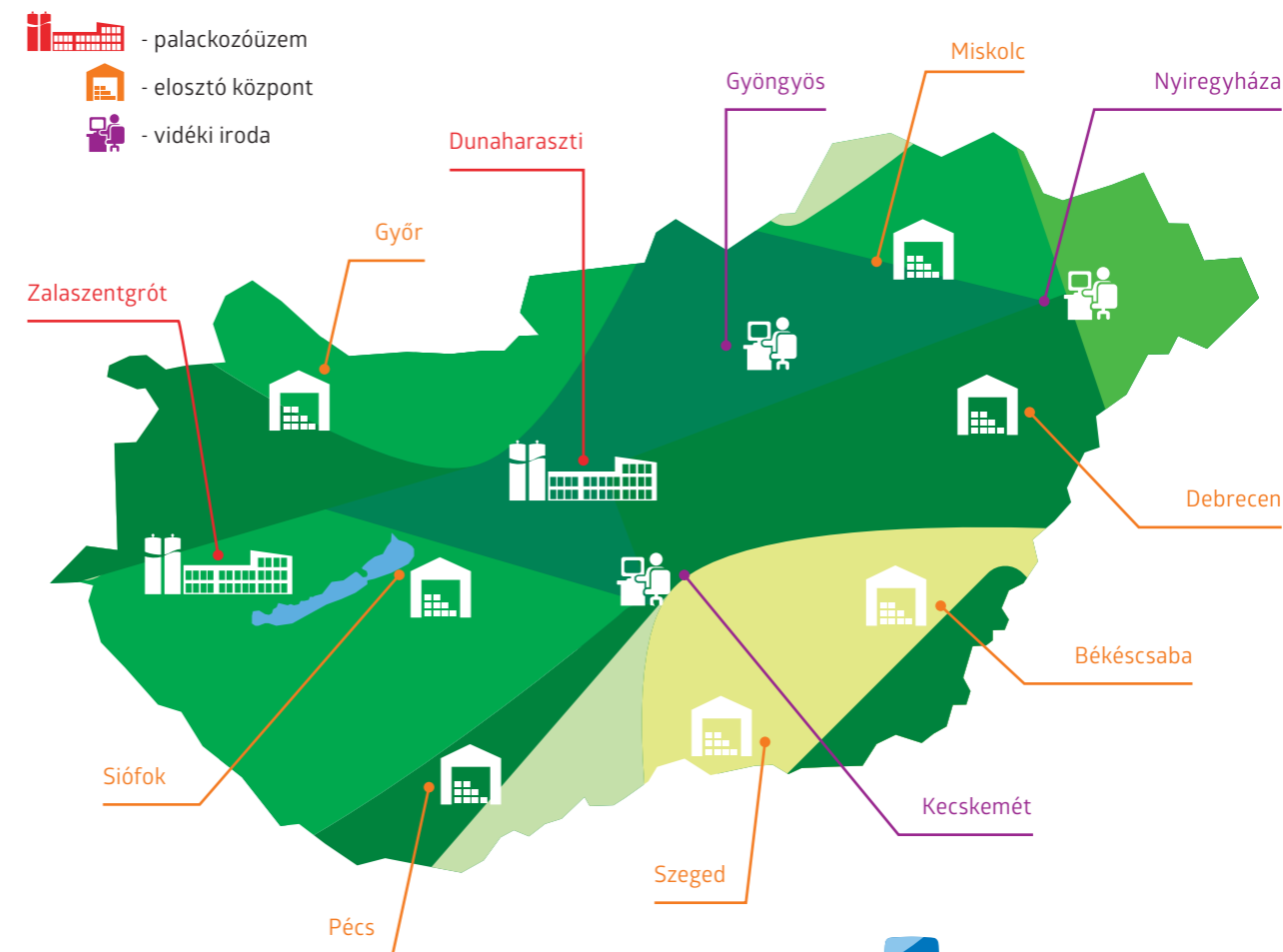
európai országba  
export

**71**

féle íz



A Coca-Cola HBC AG 100%-os tulajdonában álló, dunaharaszti központú Coca-Cola HBC Magyarország Kft. két palackozóüzemmel, valamint 7 vidéki elosztó központtal és 3 vidéki irodával rendelkezik.



Magyarország piacvezető üdítőital-gyártó és -forgalmazó vállalatként több mint 70-féle terméket forgalmazunk, amelynek 90 százalékát Magyarországon állítjuk elő. Olyan márkák palackozását és értékesítését végezzük, mint a Coca-Cola termékcsalád (Coca-Cola, Coca-Cola light, Coca-Cola zero, Cherry Coke), a Fanta, Sprite, Kinley (gyömbér, tonik) és a Lift szénsavas üdítők, a NaturAqua természetes ásványvizek (szénsavas, enyhe, szénsavmentes és ízesített változatban), a Nестea jegesteák, a Cappy gyümölcslevek, a Cappy Ice Fruit és Cappy Pulpy gyümölcsitalok, a Powerade sportitalok, valamint a Burn és a Monster energitalok. Ezen kívül a vállalat hideg- és melegital, valamint snack automatákat is üzemeltet, és forgalmazza a Brown Forman, a Bacardi-Martini és a Rézangyal egyes prémium szeszesital termékeit.





## ÜZLETI MODELL

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

### ERŐFORRÁSAINK

#### Pénzügyi

Folyamatosan keressük annak lehetőségét, hogy hatékonyan használjuk fel a működésünkben és befektetéseinkből 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 értékteremtési folyamatainkban, ezért a lehető leghatékonyabb módon használjuk őket.

#### Szellemi

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

#### Társadalmi és kapcsolati

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

### HOZZÁADOTT ÉRTÉKEINK



#### Együttműködés partnereinkkel és beszállítóinkkal

Társulásunk a The Coca-Cola Company-vel (TCCC) kizárólagos jogokat biztosít számunkra márkázott termékeik gyártására és értékesítésére. Az általunk értékesített termékmennyiség 97%-át a TCCC fejlesztett ki és birtokolja. Szintén ők gyártják és látják el vállalatunkat a koncentrátummal vagy 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.



#### Költséghatékony termelés

A TCCC-től vásárolt koncentrátum és más összetevők felhasználásával gyártjuk, csomagoljuk és disztributáljuk termékeinket. Minden gyárunkhoz tartozik raktár- és elosztóközpont is. Ezeknek a létesítményeknek a használata segít minket abban, hogy felelősen állítsuk elő termékeinket és ezek jelentik a kulcsot jövedelmezőségünkhöz.



#### Fogyasztóink és közösségeink szolgálata

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



#### Vevőpartnereink hatékony kiszolgálása

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

### ÉRTÉKTEREMTÉS

Érintettjeink és üzletünk számára értéket teremtünk az erőforrásainkkal és ráfordításainkkal történő körültekintő gazdálkodással.

2014-ben: **67,570**  
2015-ben: **73,978**

**milliárd Ft** közvetlen megtermelt gazdasági érték

#### EBBŐL

2014-ben: **13,935**  
2015-ben: **17,745**

**milliárd Ft** működési költség

2014-ben: **10,157**  
2015-ben: **10,485**

**milliárd Ft** dolgozói bérek és juttatások

2014-ben: **5,000**  
2015-ben: **16,163**

**milliárd Ft** kifizetés befektetőknek

2014-ben: **1,630**  
2015-ben: **2,162**

**milliárd Ft** kifizetés közterhekre

2014-ben: **880**  
2015-ben: **1.260**

**önkéntes munkával töltött munkaórák száma**

### ÉRTÉKMEGOSZTÁS

Nyereséges, fenntartható és felelős üzleti működésünkkel értéket teremtünk, amely tovább erősíti vállalatunkat, és amelyet minden érintettjünkkel megosztunk.

#### Részvényeseinkkel

Üzleti ráfordításaink megfelelő irányításán keresztül profitot termelünk, amelyek osztalék és részvényeik értékének formájában jövedelmeznek a cégcsoport részvényeseinek.

#### Beszállítóinkkal

Értékteremtésünkkel teljes értékű láncunkban támogatjuk az üzleti működést és a munkahelyteremtést.

#### Munkavállalóinkkal

Kollégáink fejlesztése, elismerése és jutalmazása biztosítja számunkra a képzett és motivált munkaerőt.

#### Vevőpartnereinkkel

A hatékony és felelős termék-előállításért tett erőfeszítéseink értéket teremtenek vevőpartnereink számára is.

#### 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.

## ELLÁTÁSI LÁNC

Vállalatunk 2015-ben áttért az Integrált Versenyképes Ellátási Lánc (ICSC) működési modellre, hogy összehangolja és optimalizálja az egy régióba tartozó országok gyártási és ellátási lánc kapacitásait, növelve ezzel versenyképességünket. Az új működési modellben az alapanyag beszerzés, a termelés tervezés és a termelés is régiós viszonylatban történik.

2014-ben és 2015-ben összesen 296 új, a beszerzés hatáskörébe tartozó beszállítóval léptünk üzleti kapcsolatba, így jelenlegi beszállító partnereink közül a magyar székhelyű szállítók aránya 84%.



## VÁLLALATI ÉRTÉKEK

Gondolkodásunk azt tükrözi, kik vagyunk, és miként viselkedünk.



Minden az értékekkel kezdődik. Értékeink különböztetnek meg bennünket másoktól, ösztönöznek bennünket, illetve adnak erőt ahhoz, hogy céljainkat elérjük.

- ▶ Hitelesség: hiszünk abban, hogy sikerünk záloga szilárd értékrendünk, tetteinket a tisztesség vezérli, nem a könnyebb, hanem a helyes utat járjuk.
- ▶ Kiválóság: munkánkat a kiválóság iránti kitartó szenvedély hatja át.
- ▶ Folyamatos tanulás: az értő figyelem és a természetes kíváncsiság visz bennünket előre.
- ▶ Emberek: hiszünk munkatársainkban, lehetőséget biztosítunk a folyamatos fejlődésre és tehetségük kibontakoztatására.
- ▶ Csapatmunka: hiszünk a közös munka erejében – abban, hogy együtt többre visszük.
- ▶ Vevőközpontúság: vevőpartnereink folyamatos elégedettségéért dolgozunk.

### MUNKATÁRSAINK

Munkatársaink üzleti tevékenységünk legfontosabb tényezői. Elkötelezetten keressük ezért a tehetségeket, folyamatosan fejlesztjük, és teljesítményközpontú gondolkodásra ösztönözzük munkatársainkat.



## ÜZLETI STRATÉGIA

Üzleti stratégiánk négy pilléren nyugszik:

▼ közösségi bizalom ▼ fogyasztói igények ▼ vevőközpontúság ▼ költségtudatosság.

### KÖZÖSSÉGI BIZALOM

Bizalmat építünk közösségeinkkel.

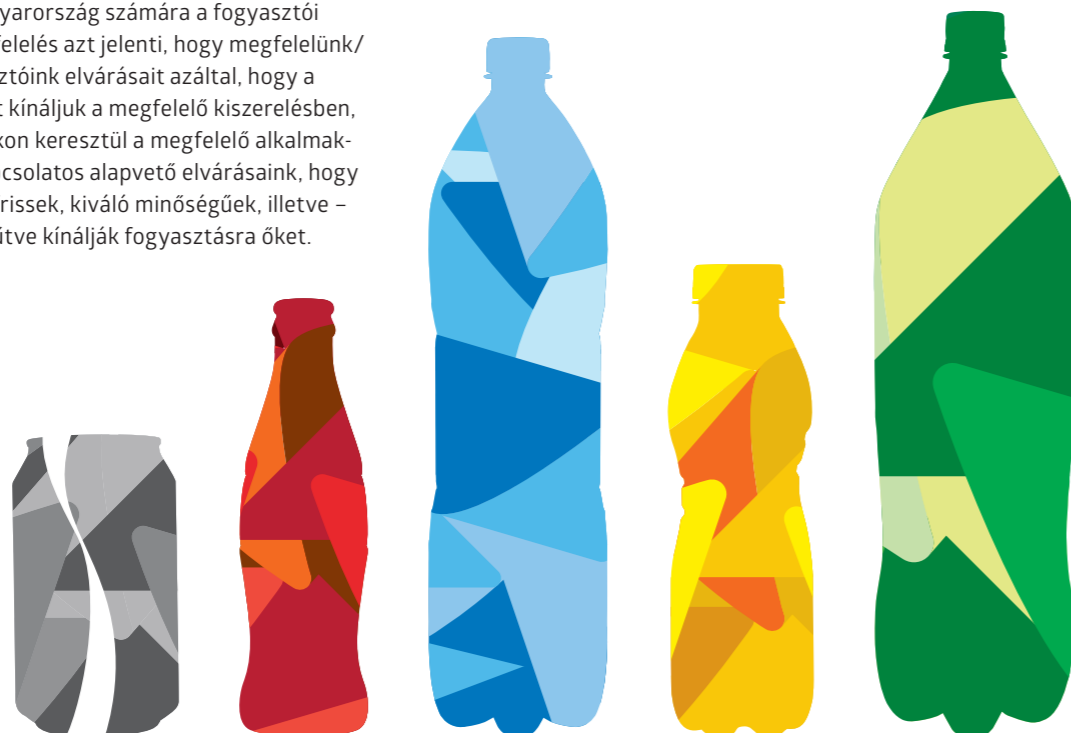
Hiszünk abban, hogy vállalkozásunk csak annyira lehet erős és sikeres, amennyire azok a közösségek, amelyekben működünk.

A felelős, fenntartható vállalatirányítással kiépített bizalom képezi részvényeseinkkel, ügyfeleinkkel, vevőpartnereinkkel, alkalmazottainkkal, az intézményekkel és üzleti partnereinkkel fenntartott kapcsolataink alapját. Több mint egy évtizede dolgozunk azon, hogy a vállalati felelősségvállalás és fenntarthatóság része legyen vállalatunk minden folyamatának és döntésének. Azonosítottuk a vállalatunk szempontjából legfontosabb környezeti és társadalmi problémákat, tárgyaltunk érintettjeinkkel, majd ambiciózus stratégiákat és akcióterveket dolgoztunk ki, hogy értéket teremtsünk minden érintett fél számára, valamint minimálisan csökkentsük működésünk negatív hatásait.

### FOGYASZTÓI IGÉNYEK

Minden alkalomra a megfelelő terméket kínáljuk fogyasztóinknak.

A Coca-Cola HBC Magyarország számára a fogyasztói igényeknek való megfelelés azt jelenti, hogy megfelelnünk/túlszárnyaljuk fogyasztóink elvárásait azáltal, hogy a megfelelő termékeket kínáljuk a megfelelő kiserelésben, a megfelelő csatornákon keresztül a megfelelő alkalmakra. Termékeinkkel kapcsolatos alapvető elvárásaink, hogy legyenek mindenkor frissek, kiváló minőségűek, illetve – lehetőség szerint – hűtve kínálják fogyasztásra őket.



### VEVŐKÖZPONTÚSÁG

Olyan termékeket és szolgáltatásokat biztosítunk, amelyeket kereskedelmi partnereink elvárnak tőlünk.

Sikerünk alapja a jól működő kapcsolatok kiépítése ügyfeleinkkel. Keményen dolgozunk annak érdekében, hogy munkatársaink mindenkor az ügyfelek igényeire és elégedettségére összpontosítsanak. Célunk, hogy a legjobb beszállítóként túlszárnyaljuk ügyfeleink elvárásait a szállítás és végrehajtás tekintetében, valamint, hogy partnereinkkel közösen teremtsünk értéket.

### KÖLTSÉGTUDATOSSÁG

Költséghatékony működésre összpontosítunk.

Bevételeink alakulását leginkább az alapanyagköltségek, valamint az árfolyammozgások határozzák meg. Tudjuk, hogy ezeket a folyamatokat kevésbé tudjuk befolyásolni, éppen ezért igyekszünk azokra a területekre összpontosítani, melyekre hatással lehetünk. Ennek érdekében pénzügyi eredményeinket termelési és logisztikai folyamataink optimalizálásával, valamint működési költségeink csökkentésével javítjuk.

## FENNTARTHATÓSÁG A GYAKORLATBAN

Folyamatosan azon dolgozunk, hogy a társadalmi felelősségvállalást és a fenntarthatóságot tevékenységünk minden elemébe beépítsük.

Társadalmi felelősségvállalásunk és vállalati fenntarthatóságunk a Coca-Cola HBC kultúrájának nélkülözhetetlen része. Ezek képezik üzleti döntéseink és hosszú távú beruházásaink alapját, biztosítják a tartós értékteremtést. Üzleti stratégiánk arra épül, hogy minden érintettünkkel közös értékteremtésre törekszünk: a fogyasztókkal, vevőpartnerekkel, közösségekkel, munkavállalókkal és a részvényesekkel egyaránt. Ez határozza meg, hogyan irányítjuk vállalatunkat, folytatjuk üzleti tevékenységünket és fejlesztjük kapcsolatainkat.

Együtt dolgozunk érintettjeinkkel a tevékenységünkkel összefüggő lényeges ügyek meghatározásában. Fenntarthatósági vállalásaink lényeges ügyeink és stratégiai prioritásaink összekapcsolásából erednek.

A Coca-Cola HBC Magyarország fenntarthatósági szemléletmódjának alapját alkotó három stratégiai célkitűzése a következő:

▶ Az egészség és jóllét népszerűsítése

▶ A lehető legenyhébb környezetre gyakorolt hatás

▶ Közösségeink támogatása

## LÉNYEGES ÜGYEK ÉS STRATÉGIAI PILLÉREK KAPCSOLATA

LÉNYEGES ÜGYEK	KÖZÖSSÉGI BIZALOM	VEVŐ-KÖZPONTÚSÁG	FOGYASZTÓI IGÉNYEK	KÖLTSÉGTUDATOS VEZETÉS
<b>GAZDASÁGI ÜGYEK</b>				
Vállalatirányítás, üzleti etika&korrupcióellenesség	●		●	
Közvetlen és közvetett gazdasági hatás	●	●	●	●
Egészség és táplálkozás	●	●	●	
Felelős marketing	●	●	●	
Termékminőség és -integritás	●	●	●	
<b>KÖRNYEZETVÉDELMI ÜGYEK</b>				
Szén-dioxid és energia	●		●	●
Csomagolás újrahasznosítás és hulladékgazdálkodás	●		●	●
Fenntartható források	●			●
Vízgazdálkodás, vizes élőhelyek	●	●		●
<b>TÁRSADALMI ÜGYEK</b>				
Közösségi hozzájárulás és bevonás	●			
Munkavállalók jólléte és elkötelezettség	●	●	●	●
Emberi jogok és sokszínűség	●		●	

## GAZDASÁGI ÜGYEK

VÁLLALATIRÁNYÍTÁS, ÜZLETI ETIKA  
ÉS KORRUPCIÓELLENESSÉG

KÖZVETLEN ÉS KÖZVETETT  
GAZDASÁGI HATÁS

EGÉSZSÉG ÉS TÁPLÁLKOZÁS

FELELŐS MARKETING

TERMÉKMINŐSÉG  
ÉS -INTEGRITÁS



## VÁLLALATIRÁNYÍTÁS, ÜZLETI ETIKA ÉS KORRUPCIÓELLENESSÉG

### FELELŐS VÁLLALATIRÁNYÍTÁS

A Coca-Cola HBC Magyarország Kft. a svájci központú Coca-Cola HBC AG cégcsoport kizárólagos tulajdonában van. Vállalatunk kft. formában működik, ezért nincsen igazgatótanácsa, a legfelsőbb vezető az ügyvezető. Az egyes szakmai területeket – ellátási lánc, emberi erőforrás, értékesítés, jog, kereskedelmi marketing, valamint vállalati kapcsolatok és kommunikáció – funkcionális vezetők irányítják, akik közvetlenül az ügyvezető beosztottjai. Az informatikai szolgáltatások és fenntarthatóság funkciók régiós szinten működnek, így helyi vezetőik a megfelelő regionális vezetőknek jelentenek.

Vállalatunknál szakszervezet nem működik, így kollektív szerződés sincsen a vállalat és munkavállalóink között. A vállalatunknál működő Szociális Bizottság jelenti a formális kapcsolatot vezetésünk és munkavállalóink között. A Bizottságban a munkavállalók által megválasztott képviselőkön keresztül minden funkció képviselteti magát. Az önszerveződő testület a munkavállalókat érintő ügyeket és vezetői döntéseket véleményezi, ill. közvetíti a munkavállalói visszajelzéseket, igényeket.

Munkavédelmi ügyekben munkavállalóinkat a munkatársak által megválasztott munkavédelmi képviselőkől álló, a jogszabályoknak megfelelően felállított és működő Munkavédelmi Bizottság képviseli.

### ETIKUS MŰKÖDÉS

Jó hírnevünk rendkívül fontos vállalatunk és cégcsoportunk folyamatos sikere szempontjából. Ez az, ami márkáinkat vonzóvá teszi a fogyasztóink számára, ügyfeleink ezért lépnek velünk szívesen üzleti kapcsolatba, és emiatt csatlakoznak tehetséges emberek szervezetünkhöz.

Üzletszabályzatunk szabályozza a kormányzati szervekkel és hatóságokkal való bármiféle együttműködést és kapcsolattartást. Vállalatunk politikailag független, nem köteleződik el semmilyen párt, politikus, képviselő felé. Ennek megfelelően sem közvetlen, sem közvetett anyagi vagy természetbeni támogatást, hozzájárulást nem nyújtottunk sem politikai párt, sem képviselő, sem politikus számára.

Az etikus működés alapját a magyar és a vonatkozó nemzetközi – elsősorban európai uniós - törvényeknek és jogszabályoknak való megfelelés jelenti. Jogi osztályunk biztosítja a teljes körű megfelelést a Coca-Cola Hellenic cégcsoport Jogi

Kézikönyvének és a Coca-Cola Hellenic cégcsoport Megfelelőségi Irányelveinek.

Vállalatunk ellen 2014-ben és 2015-ben nem indult versenyjogi eljárás, korrupciógyanus esetünk sem volt, így ezzel összefüggő pénzbeli bírságot nem kaptunk, ill. törvény-, vagy szabályszegést sem követtünk el, így semmiféle szankciót sem léptettek ellenünk életbe.

### ETIKUS MUNKAHELY

Vállalatunk olyan pozitív munkakörnyezet kialakítását tűzte ki célul, ahol mindenkivel tisztelettel bánnak, ahol a teljesítményt és az előrehaladást az elvégzett munka alapján mérik, ahol senki nem jut előnyhöz etikátlanság elkövetésével. Ezt cégcsoportunk Üzletszabályzata és Korruptióellenes Kézikönyve garantálja, melyek cégcsoportunk minden országára egységesen vonatkoznak.

Annak érdekében, hogy munkatársaink jobban megismerjék, és ezáltal vállalatunknál tovább erősítsük az átláthatóság és etikus viselkedés kultúráját, cégcsoportunk 2015-ben hagyományteremtő céllal, első alkalommal rendezte meg az Etika és Megfelelőség Hetet mind a 28 országában, így Magyarországon is. A hét keretében minden munkatársunkhoz eljuttattuk Üzletszabályzatunk és Korruptióellenes Kézikönyvünk egy-egy kinyomtatott, magyar nyelvű példányát.

Üzletszabályzatunkhoz és Korruptióellenes Kézikönyvünkhöz kapcsolódóan kötelező tantermi, ill. e-learning képzésen kell részt vennie minden új munkatársunknak, amelyet két évente megismétlünk. A korrupcióveszélynek fokozottan kitétt munkavállalóink – vezetőink, vevőpartnereinkkel, beszállítókkal, kormányzati szervekkel, hatóságokkal kapcsolatban tartó kollégák – két évente vesznek részt kötelező korrupcióellenes oktatáson.

Szabályzataink bizonyos esetekben előírják az előzetes jóváhagyást, ill. bejelentést. 2015-ben elindított Üzletszabályzat jóváhagyási portálunk egyértelmű iránymutatással szolgál a jóváhagyásokkal és bejelentésekkel kapcsolatban kollégáink számára.

Amennyiben munkatársaink lehetséges szabályszegést vesznek észre, bizalmasan és retorzió nélkül jelenthetik azt akár személyesen, akár telefonon vagy online. Minden jelzést komolyan vesszük és kivizsgálunk.



## KÖZVETLEN ÉS KÖZVETETT GAZDASÁGI HATÁS

### BERUHÁZÁSOKKAL A FOGYASZTÓI IGÉNYEK KIELÉGÍTÉSÉÉRT

Gyártókapacitásunk és hatékonyságunk növelése érdekében több beruházást is végrehajtottunk 2014-ben és 2015-ben.

### ELINDULT ÁSVÁNYVÍZEXPORTUNK

Cégünk 2014-ben a szénsavas üdítők és gyümölcslevek után az ásványvizek exportját is elindította. Összesen 700 millió forintból - amelyből 210 millió forint uniós támogatás volt - bővítettük zalaszentgróti ásványvíz-palackozónkat, Bistra néven pedig egy teljesen új, kizárólag a horvát, tehát export piacra szánt terméket fejlesztettünk ki.

A beruházást - az ásványvíz-palackozás elindításával - Szijjártó Péter, akkori külügyi és külgazdasági ügyekért felelős államtitkárral együtt ügyvezetőnk avatta fel.

A horvát piacra szánt Bistra ásványvízből évente 6 millió liter készül, amelynek köszönhetően megközelítőleg duplájára bővül a teljes hazai ásványvíz-kivitel mennyisége.

### VÁLLALATUNK A LEGJOBB HAZAI BESZÁLLÍTÓK KÖZÖTT

Fontos számunkra vevőpartnereink véleménye és elégedettsége. Ennek megismerése érdekében megbízásunkból a GFK 2014-ben és 2015-ben is lefolytatott egy vevőpartneri elégedettségi kutatást kiemelt vevőink (Key Account) és a független boltok körében.



A kiemelt vevőink (Key Account) körében végzett felmérés során mindkét évben bekerültünk a hazai beszállítók elitjébe, az úgynevezett Champions League-be.

2015-ben bővítettük a megkérdezettek körét, és nagykereskedő partnereink elégedettségét is felmértük.

### ROUTE TO MARKET – EGYÜTTMŰKÖDÉSSEN A NAGYKERESKEDŐKKEL

RTM – Route to Market piacra jutási stratégiánkkal összhangban 2015-ben vevőpartnereinket árbevétel és potenciál alapján két csoportra osztottuk. Az egyik csoport számára továbbra is közvetlen értékesítési és logisztikai kiszolgálást nyújtunk, míg a többi üzletet nagykereskedő partnereink segítségével szolgáljuk ki.

## EGÉSZSÉG ÉS TÁPLÁLKOZÁS

### EGÉSZSÉG ÉS JÓLLÉT

Élelmiszergyártó cégeként felelősek vagyunk fogyasztóink egészségéért, ezért vállalásokat tettünk arra, hogy fogyasztóinkat hozzásegítjük a kiegyensúlyozott, változatos táplálkozáshoz és a mozgásban gazdag életmódhoz.

A 2005-ben útjára indított Coca-Cola Testébresztő program elsődleges célja a rendszeres testmozgás, az aktív, sportban gazdag életmód népszerűsítése. A program szabadidősport-rendezvényei között kicsik és nagyok, idősek és fiatalok, családok és egyedülállók is megtalálhatják a számukra megfelelőt.

A program 10. évfordulójához Navracsics Tibor, az Európai Bizottság oktatásért, kultúráért, ifjúságpolitikáért és sportért felelős biztosa köszöntőlevelében gratulált:

„A személyes egészségen túl a sport segíti egymás megértését, közösséget formál és összetart. Éppen ezért, mint az Európai Bizottság sportért felelős tagja, egyik kiemelt célom, hogy felhívjam a figyelmet a sport, az aktív életmód fontosságára. Ezt a célt segíti a ma kezdődő Európai Sporthét, amely Európa szerte a fizikai aktivitásra, a sportolásra igyekszik buzdítani a lakosságot. Nagy örömmel tölt el, hogy a Sporthéthez hasonlóan, az immáron tíz éves Testébresztő programnak is az a célja, hogy minél több embert rendszeres testmozgásra ösztönözzön, bebizonyítva, hogy a sport igazi közösségi élmény és örömforrás.”

### A COCA-COLA TESTÉBRESZTŐ PROGRAM ELMŰLT 10 ÉVE SZÁMOKBAN:

570

esemény

4,5 millió  
kilométert  
futottunk

Testébresztő  
Coca-Cola

3,3 millió

résztevő

2,8 millió  
kilométert  
kerékpározunk

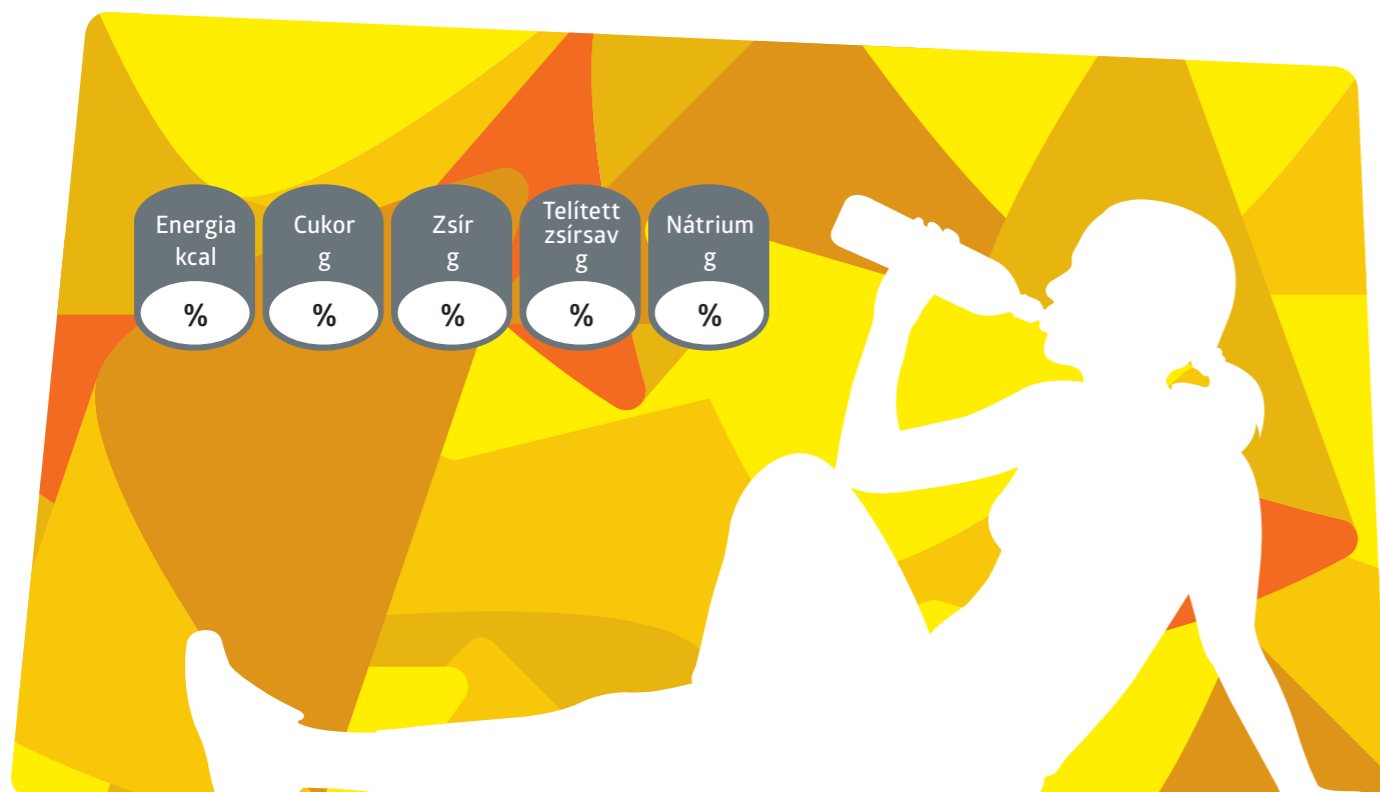
50

sportág

303.000  
órát  
aerobikozunk

Mára a kezdeményezés Magyarország egyik legnagyobb vállalati aktív életmód programjává nőtte ki magát.

## FELELŐS MARKETING



### FELELŐS REKLÁM

Felelős marketing irányelvünk értelmében nem végzünk közvetlen kereskedelmi tevékenységet általános iskolákban, és önként vállaltuk, hogy nem reklámozunk olyan médiákban és időszavokban, amelyek 12 év alatti gyermekeknek szólnak.

### TUDATOS VÁLASZTÁS

Fogyasztóink tájékoztatása kiemelten fontos számunkra. A termékeinkre és azok összetevőire, tápértéktartalmára vonatkozó információkat – szigorú belső folyamatokkal elősegítve – valamennyi termékünk címkéjén feltüntetjük,

összhangban a vonatkozó, mindenkor hatályos törvényi előírásokkal, így segítve fogyasztóink tudatos vásárlását. A Coca-Cola Magyarország csatlakozott az Élelmiszer-feldolgozók Országos Szövetsége önkéntes vállalási rendszeréhez, amelynek célja, hogy elősegítse a magyar fogyasztók sokszínű és kiegyensúlyozott táplálkozását, népszerűsítse az aktív életmódot és egyúttal hozzájáruljon a népegészségügyi mutatók javításához.

2014-ben és 2015-ben sem büntetést, sem figyelmeztetést nem kaptunk hatóság részéről nem megfelelő termékjelölés miatt. Egyetlen termékünk forgalmazását sem tiltották be, illetve vitatták, sőt, termékeinkkel kapcsolatban semmilyen hatósági büntetést / figyelmeztetést sem kaptunk.

## TERMÉKMINŐSÉG ÉS -INTEGRITÁS

### ÚJ PORTFOLIÓVAL A SIKER FELÉ

Annak érdekében, hogy még közelebb kerüljünk fogyasztóinkhoz, és ezáltal versenyelőnyre tegyünk szert, hosszas előkészítő munkát és alapos fogyasztói kutatásokat követően 2015 tavaszán lecseréltük a legfontosabb, legismertebb és leggyakrabban vásárolt 2 literes palackjainkat az új 1,75 literes változatra, míg 2,5 literes palackunkat a 2,25 literesek váltották fel.

Az új kiszerelések mindegyikét fogyasztói kutatások eredményeire alapozva, különböző fogyasztási alkalmakhoz ajánljuk: a még 2014-ben bevezetett 1,25 literes kiszerelés új fogyasztóinkat célozza meg, az 1,75 literes kiszerelést a családi étkezések kísérőjének szánjuk, a 2,25 literes üdítő pedig a nagyobb összjövedeleket, bulik résztvevőinek szomját oltja.

2015 végén új taggal bővült portfóliónk: megkezdtük a hozzáadott vitaminokat tartalmazó Cappy Great Start gyümölcsital gyártását.

### A LEGMAGASABB MINŐSÉGÉRT DOLGOZUNK

Termékeink gyártása és palackozása során betartjuk a vonatkozó jogszabályi, vevői és tulajdonosi követelményeket, és törekszünk felülmúlni azokat. Minden felhasznált alapanyagunkat, gyártási és logisztikai folyamatunkat és késztermékünket ellenőrizzük és kontroll alatt tartjuk a vonatkozó magyar és európai uniós jogszabályok, a Coca-Cola HBC cégcsoport és a TCCC szigorú előírásai szerint.

Teljesítjük az élelmiszer előállítás és forgalmazásában szemben támasztott hatósági és élelmiszerbiztonsági elvárásokat, így biztonságos, és csak a legmagasabb minőségi elvárásoknak megfelelő termékekkel látjuk el fogyasztóinkat.

Minden termelőegységünkben, így dunaharaszti gyárunkban és zalaszentgróti ásványvíz palackozónkban is bevezettük és alkalmazzuk a ma elérhető legátfogóbb élelmiszerbiztonsági irányítási rendszert, az FSSC 22000-t, amely tartalmazza számos, jelenleg létező biztonsági szabvány és követelményrendszer legfontosabb előírásait, úgymint GMP, HACCP, SQF, BRC, IFS, GLOBALGAP.



## KÖRNYEZETVÉDELMI ÜGYEK

SZÉN-DIOXID ÉS ENERGIA

CSOMAGOLÁS ÚJRAHASZNOSÍTÁS  
ÉS HULLADÉKGAZDÁLKODÁS

VÍZGAZDÁLKODÁS, VIZES ÉLŐHELYEK

FENNTARTHATÓ FORRÁSOK

### KÖRNYEZETVÉDELEM ÉS MEGTAKARÍTÁS

Ambiciózus fenntarthatósági céljaink környezeti lábnyomunk csökkentéséhez kapcsolódóan nemcsak környezetünk és bolygónk megővését szolgálják, hanem vállalatunk hosszú távú, fenntartható növekedésének is fontos pillérei.

### IPARÁGI VEZETŐ SZEREP

Büszkék vagyunk arra, hogy cégcsoportunkat az európai és globális Dow Jones Fenntarthatósági Indexen (DJSI) immár második egymást követő éve, világviszonylatban ágazatunk legjobbjaként ismerték el. A DJSI ma világszerte a leghitelesebbnek tartott vállalati fenntarthatóságot minősítő értékelési rendszer, amelyet közismerten szigorú bírálati eljárásának köszönhet. Annak érdekében, hogy vezető szerepünket megtartsuk, a Coca-Cola HBC csoport még magasabbra tette a lécet, és 2020-ra további vízfelhasználás és szén-dioxid-kibocsátás-csökkentési célkitűzések mellett kötelezte el magát.

A most tett vállalások teljesítéséhez Magyarország is jelentős mértékben járul majd hozzá, hiszen dunaharaszti és zalaszentgróti üzemekben folyamatosan csökkentjük víz- és energiafelhasználásunkat.

A hazai leányvállalat 2010-2014 között 8 százalékkal csökkentette az 1 liter késztermék előállításához szükséges víz és 11 százalékkal a kibocsátott szén-dioxid mennyiségét.

Természetesen mi sem állunk meg itt, hiszen 2020-ig további jelentős vízfelhasználás és szén-dioxid kibocsátás csökkenést tűztünk ki célul, amelynek keretében 2016-ra vízfelhasználásunkat további 7%-kal, vagyis 1,88 l/gyártott termék l-re, míg közvetlen szén-dioxid kibocsátásunkat további 13%-kal, vagyis 48,95 g/gyártott termék l-re csökkentjük.

A gyárainkban és telephelyeinkben keletkezett hulladékok hasznosítási aránya folyamatosan 99% felett van. Azoknak a hulladékoknak a mennyiségét, amit nem tudunk anyagában hasznosítani, és ezért eddig hulladéklerakóba kerültek, folyamatosan csökkentjük, a lerakással szemben a hőtermelés melletti hulladékégetőben történő hasznosítást részesítjük előnyben.

### VÍZ- ÉS ENERGIATAKARÉKOS MŰKÖDÉS

Folyamatos fejlesztésekkel és technológiai újítások révén – sokszor dolgozói kezdeményezések nyomán – minimalizáljuk a gyártási folyamatok, valamint termékeink, szolgáltatásaink és csomagolásaink környezetre gyakorolt hatását. Ezt a tevékenységet folyamatnak tekintjük, és hisszük, hogy mindig lehet újabb és újabb eredményeket elérni ezen a téren. 2014 és 2015 során folyamataink optimalizálásával jelentős megtakarításokat sikerült elérnünk, mind víz, mind pedig energiafelhasználásunk terén.

A lehető legenyhébb környezeti hatásra törekszünk az értéklánc minden pontján, ennek érdekében az alábbi célokat határoztuk meg:

csökkentjük víz-és energia felhasználásunkat és a tevékenységünk során keletkező hulladékot,



jelentősen csökkentjük az üvegházhatású gázok (ÜHG) kibocsátását,



folyamatosan fejlesztjük csomagolóanyagainkat, növeljük a hasznosítási és visszaforgatási arányt, csökkentjük a lerakókba kerülő hulladékunk mennyiségét,



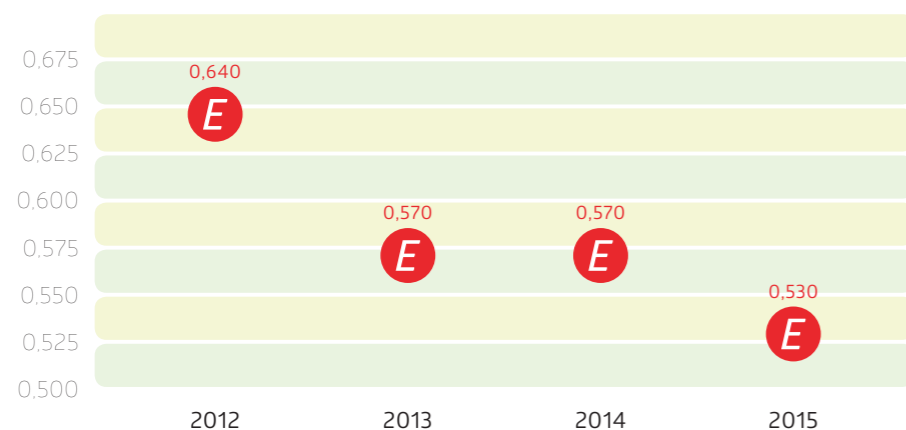
fenntartható forrásokat alkalmazunk.



## SZÉN-DIOXID ÉS ENERGIA

Az innováció és környezetvédelem iránt elkötelezett vállalatként folyamatos erőfeszítéseket teszünk azért, hogy a lehető legkevesebb energiát használjuk fel működésünk során és csökkentsük szén-dioxid kibocsátásunkat.

### TERMELÉSI CÉLÚ ENERGIAFELHASZNÁLÁS (MJ/előállított termék liter)



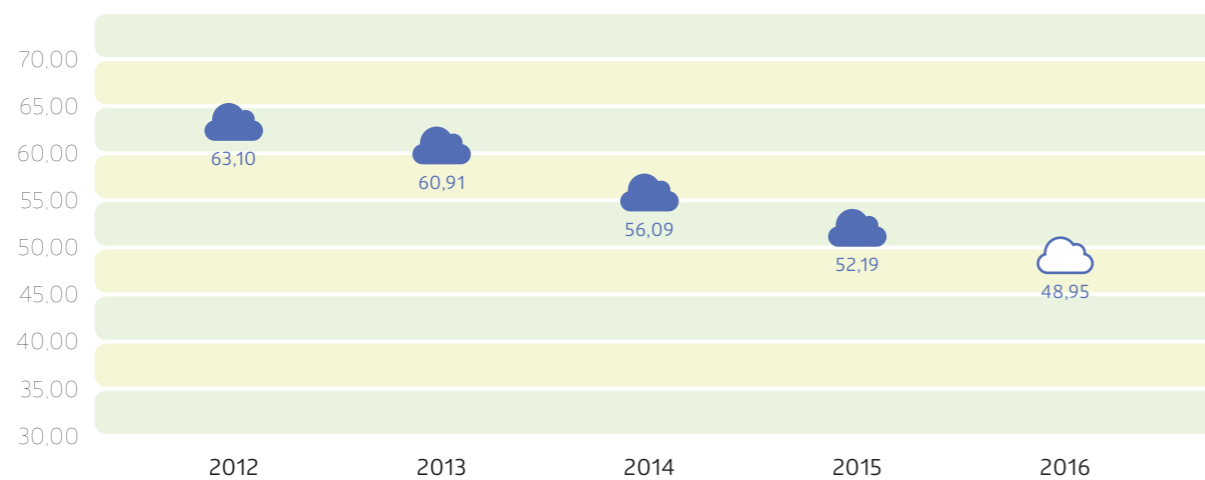
### ICOOL: A JÖVŐ ENERGIATAKARÉKOS HŰTŐGENERÁCIÓJA

Szén-dioxid kibocsátásunk legnagyobb részben a vevőpartnereink üzleteibe kihelyezett hűtőinkből ered, ezért folyamatosan dolgozunk ezek fejlesztésén, korszerűbb berendezésekre történő cseréjén. Több éves fejlesztőmunka eredményeként megszületett az energiatakarékos ICool hűtőcsalád, amellyel 2015 tavaszától megkezdtük jelenlegi hűtőflottánk legtöbb modelljének kiváltását. Az ICool hűtőcsalád tagjai - modelltől függően - akár 30%-kal kevesebb villamos energiát fogyasztanak, akár 4 decibellel alacsonyabb zajszinten működnek, és lényegesen kevesebb karbantartást igényelnek.

### ÁSVÁNYVÍZ 100%-BAN ZÖLD ENERGIÁBÓL

Az elektromos áram beszerzése során kiemelten fontos számunkra a környezet iránti felelősség szempontjának érvényesítése. Zalai üzemünk például 100%-ban megújuló erőforrásokból származó elektromos áramot vásárol tevékenységéhez. A környezetbarát kereskedelmi partnerek igénybevételét igazolja az úgynevezett „Eredet tanúsítvány”, amely összhangban van az üvegházhatású gázok csökkentésére vonatkozó előírásokkal. A környezetbarát forrásból származó elektromos áram előállítása víz-, szél- vagy naperőművek segítségével történhet.

### KÖZVETLEN SZÉN-DIOXID KIBOCSÁTÁS (kibocsátott szén-dioxid gramm / előállított termék liter)



## CSOMAGOLÁS ÚJRAHASZNOSÍTÁS ÉS HULLADÉKGAZDÁLKODÁS

### A HULLADÉK SZÁMUNKRA ÉRTÉK

Vállalatunk elkötelezett amellett, hogy folyamatos fejlesztésekkel csökkentse az általa előállított hulladék mennyiségét, ugyanakkor támogatja a csomagolóanyagok újrahasznosítását. Az alacsonyabb nyersanyag felhasználás kevesebb hulladékot és kisebb környezetterhelést eredményez, ami kiemelt célja vállalatunk társadalmi felelősségvállalási stratégiájának.

Vállalatunk a fenti célok érdekében 2014-ben és 2015-ben számos fejlesztési programot hajtott végre.

Csökkentettük többek között 0,5 literes Nestea palackjaink súlyát, valamint az aszeptikus és dobozos termékeink csomagolásához használt zsugorfóliáink vastagságát, dobozos termékeinknél pedig könnyített fedelet vezettünk be.

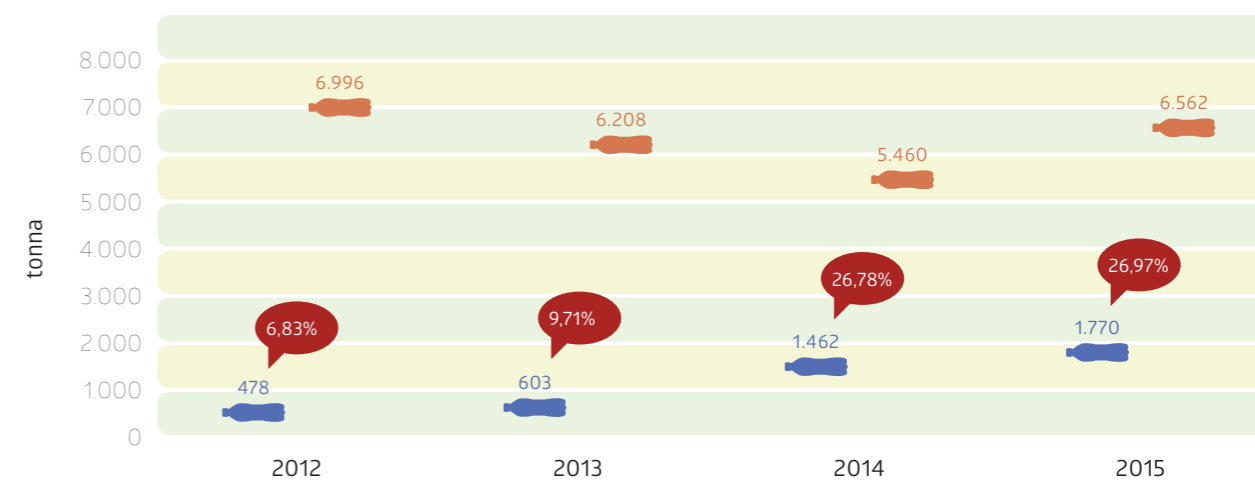
A felhasznált nyersanyag mennyiségének csökkentése érdekében termékeink palackjaiban újrahasznosított alapanyagot is alkalmazunk, évente növekvő arányban: 2014-től - termékektől függően - 10-30%-ban.

### PALACK NÖVÉNYI ALAPANYAGBÓL – NATURAQUA PLANT BOTTLE

2015 tavasza óta a 0,5 literes, szénsavmentes NaturaQua természetes ásványvíz palackozásakor a The Coca-Cola Company élelmiszer-csomagolás-technológiai innovációját, a Plant Bottle Technológiát™ alkalmazzuk. Ez a környezetbarát csomagolás akár 25%-ban növényi alapanyagból készül, és 100%-ban újrahasznosítható, ezáltal csökkenti az ökológiai lábnyomunkat.



### ÚJRAFELDOLGOZOTT PET ALAPANYAG FELHASZNÁLÁS



■ Összes felhasznált újrafeldolgozott PET alapanyag   ■ Összes felhasznált PET alapanyag   ■ A felhasznált újrafeldolgozott PET alapanyagok aránya



## VÍZGAZDÁLKODÁS, VIZES ÉLŐHELYEK

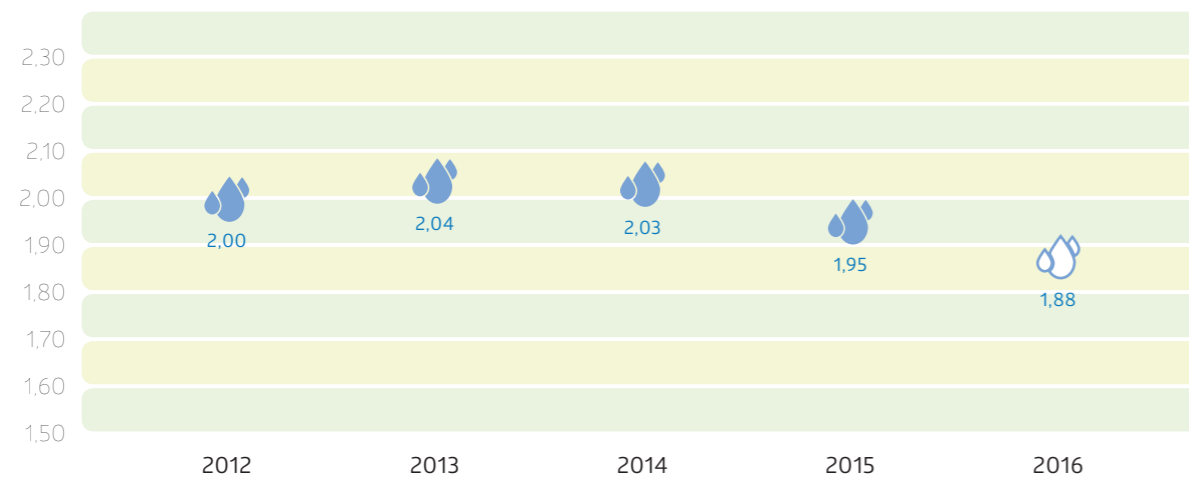
A világ egyik legnagyobb üdítőital gyártó vállalataként kötelességünknek érezzük, hogy jó példával járjunk elől ennek a fontos erőforrásnak a felelős használatában.

### ARANY MINŐSÍTÉST KAPOTT ZALASZENTGRÓTI PALACKOZÓNK

Kiemelkedő fenntartható vízgazdálkodási gyakorlatáért zalaszentgróti NaturAqua ásványvíz-palackozónk is rangos elismerésben részesült: 2014 novemberében fenntartható vízgazdálkodási jó gyakorlatáért elnyerte a European Water Stewardship (EWS) arany minősítését.



### VÍZFELHASZNÁLÁS (felhasznált víz liter / előállított termék liter)



### TERMÉSZETVÉDELEM

Környezettudatos, felelős vállalként természeti kincseink, védett értékeink megővését is kiemelten kezeljük.

Zalaszentgróti ásványvíz-palackozónk területének egy része Natura 2000 nemzetközi védettség alatt áll, és számos védett növény- és állatfaj otthona. Ezek a következők: kockásliliom, szibériai nőszirm, csermelyaszat, fehér zászpa, valamint imádkozó sáska, hengeres szalmacincér, farkasalmalepke és nappali pávaszem.

2015-ben felmértük a zalaszentgróti üzemünk környezetében lévő védett területek minőségét, feltártuk az állapotukat befolyásoló üzemi környezethasználatokat, valamint meghatároztuk a környezetkímélő üzemhasználatokat is.



## FENNTARTHATÓ FORRÁSOK

### ETIKUS BESZERZÉS

Etikus működésünk elengedhetlen részét képezi az etikusan és átláthatóan működő partnerek és beszállítók megtalálása és a velük való együttműködés.

Ennek érdekében üzleti partnereink és beszállítóink számára is kötelezővé tettük az Üzletszabályzatunkban, Korrupcióellenes Politikánkban és Megfelelési Kézikönyvünkben foglaltak, mint a szerződéseink elemi részét képező feltételek elfogadását.

Belső eljárásaink értelmében 2014 első negyedétől az új szállítóink - vagyis egy kiválasztási folyamat eredményeképpen üzleti partnerré vált cégek - csak Beszállítói Irányelveink elfogadását és aláírását követően léphetnek velünk tényleges üzleti kapcsolatba. Az irányelveink elfogadásával és aláírásával minden partnerünk egyben arról is nyilatkozik, hogy megfelel az általunk támasztott követelményeknek, beleértve a minőségügyi és környezetvédelmi előírások és munkajogi normák betartását, többek között a gyermek- és kényszermunka tilalmát, az emberi jogok tiszteletben tartását.



## TÁRSADALMI ÜGYEK

KÖZÖSSÉGI HOZZÁJÁRULÁS  
ÉS BEVONÁS

MUNKAVÁLLALÓK JÓLLÉTE  
ÉS ELKÖTELEZETTSÉG

EMBERI JOGOK  
ÉS SOKSZÍNŰSÉG

## KÖZÖSSÉGI HOZZÁJÁRULÁS ÉS BEVONÁS

Közösségeinket támogatjuk azzal, hogy:

- ▶ pozitív társadalmi-gazdasági hatást teremtünk ott, ahol tevékenykedünk,
- ▶ támogatjuk a közösségi víz- és környezetgazdálkodási programokat (például a WWF-fel együttműködve),
- ▶ kapcsolatokat építünk nemzetközi segélyszervezetekkel, hogy katasztrófahelyzetekben segítséget nyújthassunk a működésünk által érintett országokban.

### VÁLLALATI ÖNKÉNTES PROGRAM

Elkötelezettek vagyunk közösségeinkért, tudjuk, hogy csak velük együtt lehetünk sikeresek. A Coca-Cola HBC Magyarországnál 2008 óta működtetjük önkéntes programunkat, melynek keretében munkatársaink önkéntes munkájával rászoruló közösségeket és intézményeket támogatunk. Az önkéntes tevékenységekben kollégáink mellett részt vesznek civil partnereink, ügynökségeink és partnercégeink munkatársai, valamint az adott programban érintett helyi közösségek tagjai is.

2014-ben és 2015-ben összesen 3 vállalati önkéntes napot valósítottunk meg. Ezek során, összesen 270 kollégánk segítségével, a Pest Megyei Gyermek és Ifjúsági Alapítvány kismarosi táborát, a Pílisi Gyermekotthon és Egységes Gyógypedagógiai Módszertani Intézmény és a gödöllői Hajós Alfréd Sportiskola udvarát újítottuk fel, tettük szebbé.

### KÖZÖS KINCSÜNK, A DUNA

Vállalatunk társadalmi felelősségvállalási stratégiájának egyik pillére a környezetvédelem, ezen belül kiemelkedő szerepet kap a felelős vízhasználat, fenntartható vízgazdálkodás, a vizes élőhelyek védelme.

2015-ben új alapokra helyeztük a Dunához kötődő programjainkat. Mintaprojektet indítottunk a Dunakanyarban: a strandszezonban a szentendrei, dunabogdányi, kisoroszi, leányfalui, pócsmegyeri, szigetmonostori és tahitófalui strandok vízminőségét mértük és hoztuk nyilvánosságra.

A projekt célja, hogy támogassuk a Dunakanyar menti településeken a Dunához kötődő szabadidőprogramok, sportok, illetve a strandolás fellendítését. A Dunához kötődő programokon keresztül az emberek újra felfedezhetik és megszerethetik a Dunát, és így reményeink szerint a megóvásának is nagyobb figyelmet szentelnek.

Stratégiai civil partnerünk, a WWF Magyarország vállalatunk támogatásával rendezte meg a Big Jump, azaz Nagy Ugrás magyarországi központi rendezvényét Dunabogdányban. 2015. július 12-én délután három órakor az országokon átívelő rendezvény keretében Európa folyóiba több ezren ugrottak be egyazon pillanatban, hogy így hívják fel a figyelmet folyóvizeink fontosságára.



### PARTNERSÉGBEN A SEGÉLYSZERVEZETEKEL

Felelős vállalként fontos számunkra a bajba jutott emberek, közösségek támogatása.

2014 decemberében országos karácsonyi jótékonyági élelmiszergyűjtést szerveztünk stratégiai partnerünkkel, a Magyar Vöröskereszttel és kiemelt vevőpartnerünkkel, a TESCO Magyarországgal közösen; az összegyűlt tartós élelmiszereket rászoruló családokhoz juttatta el a Magyar Vöröskereszt.

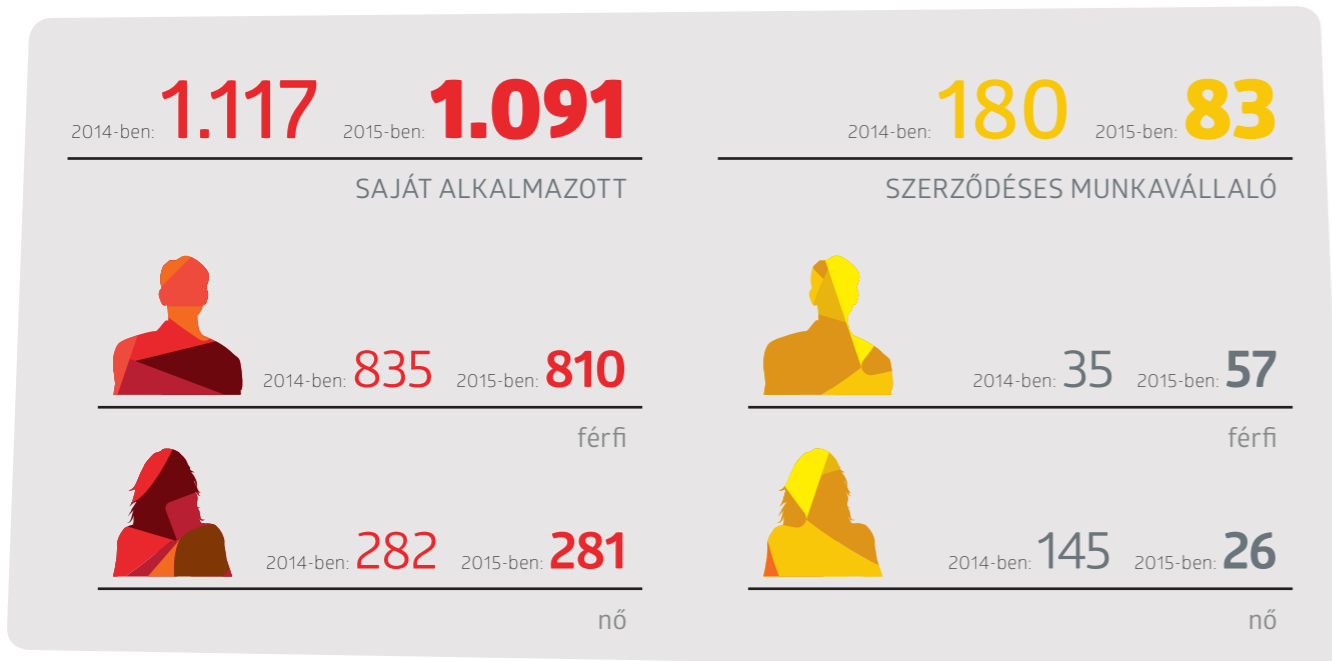
Vállalatunk 2015 nyarán csaknem 130 ezer palack ásványvizet adományozott a Magyar Vöröskeresztnek, a Magyar Élelmiszerbank Egyesületnek és a Baptista Szeretetszolgálatnak: ennek jelentős része hőségridó alatt, veradásokon, utcai szociális feladatok ellátására, illetve a fővárosi tranzit-zónákban került kiosztásra.

I ♥ DUNA

## MUNKAVÁLLALÓK JÓLLÉTE ÉS ELKÖTELEZETTSÉG

Kollégáink számára etikus, biztonságos és kellemes munkakörnyezetet teremtünk, elkötelezettek vagyunk fejlesztésük iránt, teret adunk a személyes és szakmai fejlődésüknek. Ezek jelentik a kulcsot munkatársaink folyamatosan kiváló teljesítményéhez.

Vállalatunk fenntartható növekedésének mozgatórugói mi, a Coca-Cola HBC Magyarország munkatársai vagyunk.



A nyári szezonra, az április-májustól augusztus-szeptemberig tartó időszakra minden évben alkalmazunk 7-8 szerződéses értékesítési képviselőt és 4-6 telefonos értékesítő kollégát.

### FOLYAMATOS FEJLŐDÉS

Hiszünk munkatársainkban, lehetőséget biztosítunk számukra a folyamatos fejlődésre és tehetségük kibontakoztatására.

Teljesítményértékelési rendszerünk részeként a korábbi évek gyakorlatát megőrizve minden munkavállalónk visszajelzést kapott munkájával, teljesítményével kapcsolatban.



2014-ben,  
a **Fast Forward I.**  
belső tehetségmenedzsment programunkban

**21** leendő vezető kolléga,

2015-ben,  
a **Fast Forward II.** programban

**7** már vezetőként dolgozó munkatárs vett részt.

### EGÉSZSÉG ÉS JÓLLÉT

Munkatársaink egészsége és jólléte kiemelten fontos számunkra, hiszen ezek jelentik a kulcsot munkatársaink folyamatosan kiváló teljesítményéhez.

Minden dolgozónk számára évente biztosítunk teljes körű egészségügyi szűrést;

2014-ben 440 fő,

2015-ben 369 fő vett részt.



Vállalatunk tizenegy éve működteti szabadidősport programját, a Coca-Cola Testébresztőt. Természetesen ezzel nemcsak fogyasztóinkhoz szólunk, hanem munkatársainkhoz is. Heti rendszerességgel biztosítunk számukra különböző mozgásórákon való részvételt dunaharaszti központunk edzőtermében, szakképzett edzők irányításával és rendezünk számukra évente többféle vállalati sportversenyt.



A piacon dolgozó kollégáink – értékesítési képviselők, piac- és üzletfejlesztők – a júniustól szeptemberig tartó időszakban ingyenes ásványvízjuttatásban részesülnek, így biztosítjuk számukra a megfelelő folyadékbevitelt.

### BIZTONSÁGOS MUNKAKÖRNYEZET

Mind a dunaharaszti, mind a zalaszentgróti palackozó-üzemünk, valamint vidéki telephelyeink is rendelkeznek a munkaegészségügyi és biztonságirányítási rendszerre vonatkozó OHSAS 18001 tanúsítvánnyal, amelyet minden évben független, külső szakértők vizsgálnak felül.

Folyamatosan fejlesztjük munkatársaink munka-, tűz- és balesetvédelmi ismereteit, folyamatosan gyűjtjük a tőlük beérkező „Near Miss”, azaz majdnem baleseteket és nem biztonságos munkakörülményeket leíró beszámolókat, illetve az ezek és a rendszeres külső és belső auditok alapján meghatározott javító intézkedéseket beépítjük mindennapi működésünkbe. Ezeknek az intézkedéseknek köszönhetően évről-évre kevesebb munkabaleset történik vállalatunknál.

#### MUNKABALESETEK SZÁMA

	2012	2013	2014	2015
Táppénzzel járó munkabalesetek száma	3	5	5	5
Munkaidő kieséssel nem járó munkabalesetek száma	34	16	15	14

A fentiekén túl a Coca-Cola HBC cégcsoport minden országában, így hazánkban is minden év október végén megrendezzük a Munka- és Balesetvédelmi Hetet, amelynek során tréningeket, oktatásokat, bemutatókat szervezünk kollégáink számára, valamint intenzív kommunikációs kampánnyal hívjuk fel figyelmüket az adott év kiemelt témájára.



2014-ben 277 fő, 2015-ben 298 fő vett részt munka- és tűzvédelmi oktatáson, míg elsősegélynyújtó tanfolyamot 2014-ben 20 kollégánk, 2015-ben pedig 17 kollégánk végzett el.

## EMBERI JOGOK ÉS SOKSZÍNŰSÉG

### SOKSZÍNŰ MUNKAHELY, EGYENLŐ ESÉLYEK

Vállalatunknál a diszkrimináció semmilyen formája sem elfogadott, különös tekintettel a nemre, életkorra, politikai és vallási meggyőződésre, fogyatékosagra, nemi identitásra, faji és kisebbségi hovatartozásra vonatkozó hátrányos megkülönböztetésre. Esélyegyenlőségi, valamint Emberi Jogi Politikánk garantálja.

Munkavállalóinkkal szemben mindig tisztességesen, a jogszabályokat és törvényi előírásokat betartva járunk el, így sem 2014-ben, sem 2015-ben nem indult vállalatunk ellen munkajogi per.

### ELKÖTELEZETTEN A HÁTRÁNYOS HELYZETŰ CSOPORTOK FELZÁRKÓZTATÁSÁÉRT

Nyitottságra, partnerségre és kölcsönös tiszteletre törekszünk a tágabb értelemben vett közösségeinkkel mindenhol, ahol dolgozunk, élünk és termékeinket értékesítjük.

A Coca-Cola HBC Magyarország csatlakozott a kormány Felzárkóztatási Fórum kezdeményezéséhez, amelynek célja, hogy a nagyvállalatokat a hátrányos helyzetűek, köztük a romák, a megváltozott munkaképességűek, a fogyatékosokkal élő emberek, továbbá a nők foglalkoztatására ösztönözze.



## GRI G4 TARTALMI INDEX

Indikátor	Indikátor leírása	Oldalszám
G4-1	Ügyvezetői köszöntő	1.
G4-3	A szervezet neve	12.
G4-4	Márkák, termékek, szolgáltatások	13.
G4-5	A szervezet székhelye	13.
G4-6	Azon országok, ahol a szervezet működik.	13.
G4-7	A szervezet tulajdonosi és jogi formája	13.
G4-8	Kiszolgált piacok	12.
G4-9	A szervezet mérete	13.
G4-10	Munkavállalói állomány összetétele	34.
G4-11	Kollektív szerződés hatálya alá tartozó munkatársak aránya	21.
G4-12	A szervezet ellátási láncának bemutatása	16.
G4-13	Jelentős változások a tárgyidőszakban	belső borító
G4-14	Az elővigyázatosság elvének érvényesülése a szervezeten belül	18-19., 27.
G4-15	Támogatott kezdeményezések	24., 36.
G4-16	Szervezeti tagságok	4.
G4-17	Azon szervezeti egységek, amelyek szerepelnek a szervezet konszolidált pénzügyi kimutatásában vagy azzal egyenértékű dokumentumokban	belső borító
G4-18	A jelentés tartalmának meghatározása	belső borító, 3-4., 7-11.
G4-19	Lényeges szempontok	4., 7-11.
G4-20	Lényeges szempontok határai a szervezeten belül	4., 7-11.
G4-21	Lényeges szempontok határai a szervezeten kívül	4., 7-11.
G4-22	Korábbi jelentésekben közölt adatok újraközlésének hatása és oka	belső borító
G4-23	Jelentős változások a korábbi jelentéskészítési időszakokhoz képest a jelentés tartalmában és határaitban	belső borító
G4-24	Azon érintett csoportok, amelyek felé a szervezet elkötelezett	3.
G4-25	Az érintett csoportokkal való kapcsolatot meghatározó alapelvek	3-4.
G4-26	Érintetti menedzsment rendszer	3-4.
G4-27	Érintetti csoportokkal folytatott párbeszéd.	3-4.
G4-28	Jelentéstételi időszak	belső borító
G4-29	Legutóbbi jelentés publikálásának dátuma	belső borító
G4-30	Jelentéstétel rendszeressége	belső borító
G4-31	Kapcsolattartó	belső borító
G4-32	Megfelelési szint	belső borító
G4-33	A szervezet politikája és aktuális gyakorlata a jelentés külső ellenőrzésére vonatkozóan	belső borító
G4-34	A szervezet irányító testületei	21.
G4-56	A szervezet értékei, alapelvei, standardjai, elvárt viselkedési normái	21.
G4-EC1	Keletkezett és felosztott közvetlen gazdasági érték	12., 15., 17-19.
G4-EC8	Jelentős közvetett gazdasági hatások, beleértve azok mértékét is	12., 15.,
G4-EC9	Helyi beszállítók aránya a jelentősebb telephelyeken	16., 31.
G4-EN3	Energiafogyasztás a szervezeten belül	28.
G4-EN6	Az energiafogyasztás mérséklése	28.
G4-EN9	Víz kivétel által jelentős mértékben érintett vízkészletek	30.

Indikátor	Indikátor leírása	Oldalszám
G4-EN10	A visszaforgatott és újrafelhasznált víz mennyisége és számaránya	30.
G4-EN14	A szervezet működésével érintett helyi és nemzetközi jelentőségű védett területek, illetve az azokon előforduló, veszélyeztetett fajok	31.
G4-EN15	Közvetlen üvegházhatású gáz kibocsátás	27.
G4-EN28	A visszanyert eladott termékek és a visszanyert csomagolóanyagok százalékos aránya kategóriánként	29.
G4-EN32	Új beszállítók kiválasztási folyamata során környezetvédelmi szempontok alapján megszürt beszállítók számaránya	31.
G4-LA5	A munkavállalók százalékos aránya a vezetőket és munkavállalókat tömörítő formális munkabiztonsági bizottságokban, amelyek tanácsokkal segítik a munkabiztonsági programokat	21.
G4-LA6	Sérülések jellege és aránya, foglalkozásból eredő betegségek, munkából kieső napok és hiányzások aránya, illetve a halállal végződő munkahelyi balesetek teljes száma régió és nem szerint	35.
G4-LA11	Rendszeres teljesítményértékelésben részt vevő, ill. rendszeresen felülvizsgált karrier fejlesztési tervvel rendelkező munkavállalók számaránya, nemek és munkavállalói kategóriák szerinti bontásban	34.
G4-LA14	Új beszállítók kiválasztási folyamata során munkajogi szempontok alapján megszürt beszállítók számaránya	31.
G4-S04	A korrupcióellenes politikával és eljárásokkal	21., 31.
G4-S05	Megerősített korrupciós incidensek és megtett válaszingyázások	21.
G4-S06	Politikai célú hozzájárulások összértéke ország és kedvezményezett szerinti bontásban	21.
G4-S07	Versenyellenes viselkedéssel, tröszt- és monopóliumellenes rendelkezések megszegésével kapcsolatos jogi eljárások teljes száma és kimenetele	21.
G4-S08	A jogszabályok és előírások megszegése miatt kirótt jelentősebb bírságok pénzügyi értéke és a nem pénzügyi jellegű szankciók teljes száma	21.
G4-PR1	Jelentős termék és szolgáltatás kategóriák számaránya amelyek esetében egészségi és biztonsági hatásokra vonatkozóan fejlesztést írtak elő	25.
G4-PR3	A szervezet eljárásaiban előírt termék- és szolgáltatási információk és jelölések típusai, valamint az említett tájékoztatási követelmények által érintett jelentős termék- és szolgáltatás kategóriák	24.
G4-PR4	A szolgáltatási és termékinformációra és címkézésre vonatkozó előírások és önkéntes normák megszegésével járó incidensek teljes száma, kimenetel szerinti bontásban	24.
G4-PR5	Az ügyfél-elégedettséget mérő felmérések eredményei	22.
G4-PR6	Betiltott vagy vitatott termékek értékesített mennyisége	24.
G4-HR3	Diszkriminációs esetek száma és a hozzájuk kapcsolódó javító intézkedések leírása	36.
G4-HR4	A gyülekezési szabadsághoz és kollektív szerződés megkötéséhez való jogot megsértett, vagy azok megsértése szempontjából jelentős kockázatot jelentő működési területek és beszállítók, és az ezeknek a jogoknak szabad gyakorlásáért tett intézkedések	31., 36.
G4-HR5	Gyermekmunka szempontjából jelentős kockázatot jelentő működési területek és beszállítók, és a gyermekmunka hatékony felszámolásáért tett intézkedések	31., 36.
G4-HR6	Kényszmunka szempontjából jelentős kockázatot jelentő működési területek és beszállítók, és a kényszmunka minden formájának hatékony felszámolásáért tett intézkedések	31., 36.
G4-HR7	A szervezet emberi jogi politikájáról vagy eljárásairól szóló oktatáson részt vett biztonsági szolgálatos kollégák számaránya	36.
G4-HR8	Bennszülöttekkel szemben történt diszkriminációs esetek száma és a hozzájuk kapcsolódó javító intézkedések leírása	36.
G4-HR9	Az emberi jogi felülvizsgálatnak vagy hatásértékelésnek alávetett tevékenységek teljes száma és százalékos aránya	36.
G4-HR10	Új beszállítók kiválasztási folyamata során emberi jogi szempontok alapján megszürt beszállítók számaránya	31., 36.
G4-HR11	Jelentős tényleges és lehetséges negatív emberi jogi hatások az ellátási láncban és a megtett válaszingyázások	36.
G4-HR12	Dokumentált és a formális panaszkezelési eljárás keretében kivizsgált és megoldott emberi jogi természetű panaszok száma,	36.
G4-FP1	A szervezet alapanyag-beszerzési politikájának megfelelő beszállítóktól beszerzett alapanyag mennyiség számaránya	31.
G4-FP3	A szervezet által működtetett, egészséges életmódot népszerűsítő program természetese, célja, hatásai	23.
G4-FP5	Nemzetközileg elismert ételminőségbiztonsági irányítási rendszer szabványnak megfelelően tanúsított előállító üzemen gyártott termékek számaránya	25.

## KÖSZÖNET

Ez a jelentés nem jöhetett volna létre Radácsi László Ph.D., vállalatunk fenntarthatósági tanácsadójának szakmai iránymutatása nélkül, melyet ezúton is köszönünk!

Ezúton szeretnénk köszönetet mondani a jelentés elkészítéséhez nyújtott támogatásért és segítségért következő kollégáinknak:

Dvoracskó Gabriella, Engelmann Léna, Gorda Csenge, Gregor Istvánné, Grünwald Róbert, Gyalog Ádám, Hannus Péter, Horváth Krisztina, Imre Gábor, Jakab Attila, Jáborka Zsófia, Kertész Eszter, Kolcsár Zoltán, Lipták Gábor, Magyar Attila, Mezei Tamás, Mészáros Zsuzsanna, Mucska Péter, Pap Kata, Simon Róbert Lajos, Sőregi Vanda, dr. Szauder Nóra, Váradi Patrik és Varga Anita.

Külön köszönet a Coca-Cola HBC Magyarország Kft. ügyvezetőjének, Minas Agelidisnek, és felsővezetésének, Bányi Katalinnak, Oltea Alexandra Ceraceanunak, Galántai Györgynek, Jakab Jánosnak, Keszei Balázsnak, Tóth Balázsnak és Kostis Vairlisnek a projekthez nyújtott támogatásért, valamint Panagiotis Vergisnek, cégcsoportunk fenntarthatósági jelentésekért felelős vezetőjének!



**Tóth Valentin**  
vállalati kapcsolatok  
és kommunikációs igazgató



**Jakab Judit**  
belső kommunikációs specialista





**Coca-Cola HBC**  
**Magyarország**