



2011

Zpráva o sociální  
zodpovědnosti společnosti

Coca-Cola HBC Česká republika





**ÚVOD**

**Představení  
společnosti  
Coca-Cola HBC  
Česká republika**





**Vážení spotřebitelé, obchodní partneři  
a dodavatelé, přátelé, vážení čtenáři,**

naše společnost prošla v několika minulých letech mnohými změnami, kdy musela co nejrychleji reagovat na nové požadavky trhu. Jsem rád, že jsme na něm uspěli a stejně jako v uplynulých letech můžeme říci, že i ten minulý rok byl velmi úspěšný. O to více mne těší, že vám mohu v této souvislosti nabídnout již šestou zprávu o sociální odpovědnosti naší společnosti a shrnout tak pro vás i oblasti našich činností, které nejsou příliš viditelné, ale které jsou podstatné pro trvalou udržitelnost (a jež jsou současně její nedílnou součástí).

Na následujících stránkách proto najdete informace o tom, jak podnikáme a jak se při tom snažíme řídit zásadami ochrany životního prostředí, jak dodržujeme mnohé etické standardy, jaké nabízíme pracovní prostředí svým zaměstnancům, jak se snažíme minimalizovat dopady na okolní svět či jak podporujeme regiony, ve kterých podnikáme, tedy informace o našich aktivitách, jež jdou často nad rámec legislativních požadavků a které implementujeme jako společensky odpovědná firma. Jak jsem se již zmínil, tato zpráva je několikátou v řadě a díky tomu umožňuje dlouhodobější, relevantnější pohled a hodnocení v delší časové linii. Pro mne osobně je dokladem toho, že se dlouhodobě snažíme na českém trhu nejen uspět, ale i být ohleduplní a prospěšní vůči svému okolí. Pevně věřím, že informace nabízené ve zprávě mohou být podobným dokladem i pro vás.

Tomáš Kadlec,  
generální ředitel

**Editorial**

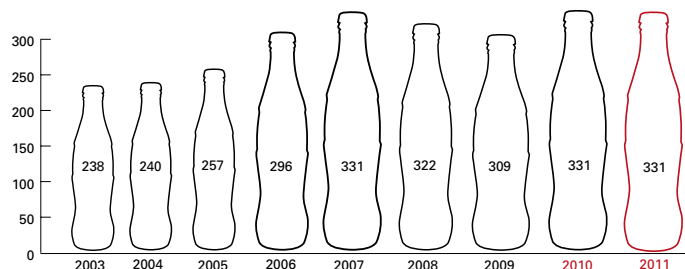


Coca-Cola HBC Česká republika, s. r. o., je členem skupiny Coca-Cola Hellenic, jednoho z největších světových producentů značkových nápojů společnosti The Coca-Cola Company, který operuje ve 28 zemích Evropy, Asie a Afriky a nabízí nápoje více než 500 milionům spotřebitelů. V České republice spolupracujeme s více než 40 000 zákazníků. Provozujeme deset distribučních a administrativních poboček, jejichž prostřednictvím dovážíme své výrobky obchodním partnerům a díky nim i konečným spotřebitelům. Zaměstnáváme zhruba 1000 zaměstnanců a na každé pracovní místo navazuje několik dalších v rámci našich dodavatelsko-odběratelských vztahů.

**Coca-Cola HBC**  
**Česká republika, s. r. o.**  
**Českobrodská 1329**  
**198 21 Praha 9 – Kyje**  
**Tel.: +420 283 015 111**  
**Fax: +420 281 862 018**  
**IČO: 41189698**  
**DIČ: CZ41189698**  
**www.coca-cola.cz**  
**vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com**

**Poslání  
společnosti  
Coca-Cola  
Hellenic**

Prodej nápojů společnosti Coca-Cola HBC ČR  
v milionech litrů na českém trhu



**My, zaměstnanci společnosti Coca-Cola Hellenic, budeme**

- poskytovat osvěžení našim spotřebitelům;
- partnery našim zákazníkům;
- vytvářet hodnoty pro naše akcionáře;
- obohacovat život místních komunit.



## Společensky odpovědná společnost



Pracovní prostředí



Životní prostředí



Tržní prostředí



Spolupráce s komunitami

**Cílem společnosti Coca-Cola HBC Česká republika, jako člena skupiny Coca-Cola Hellenic, je nejen vlastní komerční úspěch, ale společnost chce též dodržovat etické zásady a být sociálně a ekologicky zodpovědná.**

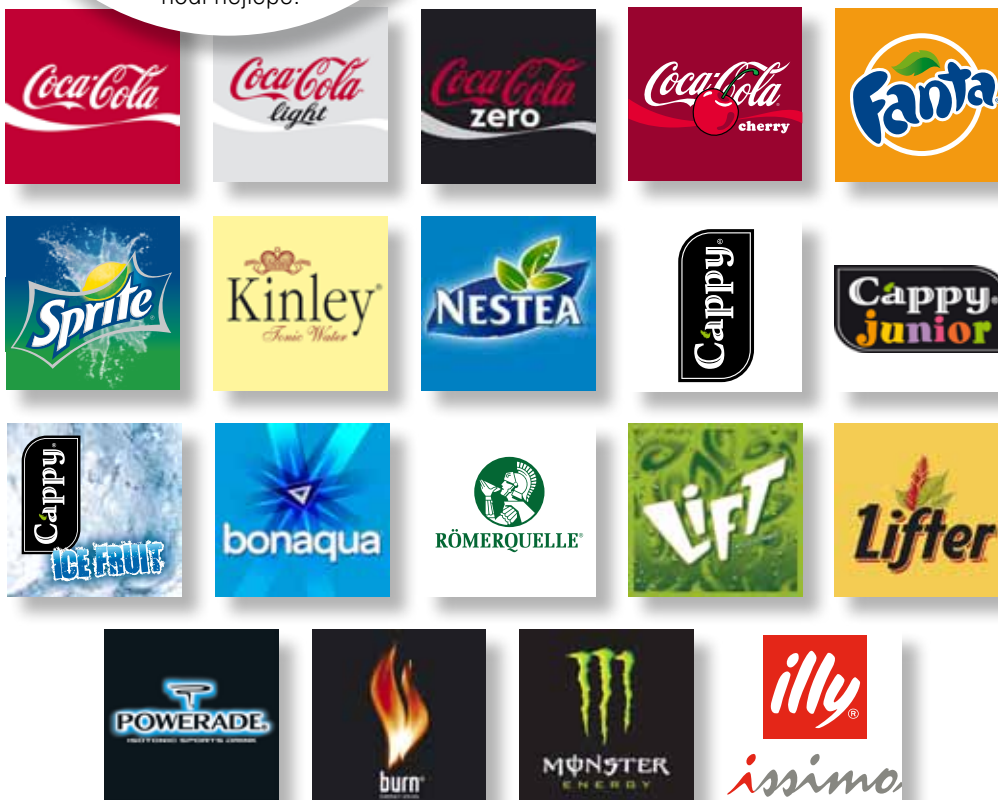
Koncept sociální zodpovědnosti stojí v naší společnosti na čtyřech základních pilířích: pracovní prostředí, životní prostředí, tržní prostředí a spolupráce s místními komunitami.

- **Pracovní prostředí:** snažíme se vytvářet otevřené a vstřícné prostředí, kde pracují vysoce motivovaní, produktivní a odhodlaní zaměstnanci.
- **Prostředí trhu:** nabízíme takové produkty a služby, které vycházejí z potřeb našich spotřebitelů a pomáhají prodejcům v jejich podnikání.
- **Životní prostředí:** chceme řídit naše podnikání takovým způsobem, který chrání životní prostředí, a integrovat principy udržitelného rozvoje do rozhodování a procesů.
- **Spolupráce s komunitou:** investujeme čas, znalosti a zdroje a snažíme se být tím svému okolí nejen ekonomickým přínosem, ale také podporovat soužití s místními komunitami pomocí lokálně významných aktivit.



## Osvěžující nápoje

V naší nabídce lze nalézt syčené nealkoholické nápoje, balené vody a vody s příchutí, džusy, nektary, sportovní a energetické nápoje, nápoje na bázi kávy, čaje i léčivých bylin. Naším cílem je, abychom byli na dosah ruky pokaždé, když někdo dostane chuť na nealkoholický nápoj, a abychom vždy nabídli nápoj i jeho balení, které se pro danou chuť, náladu a příležitost hodí nejlépe.





**Pracovní  
prostředí**





**Pracovní  
prostředí**





## Společnost CCHBC ČR se řídí zásadními principy a pravidly:

- vytváří silný vztah se zaměstnanci díky otevřené komunikaci;
- jedná se zaměstnanci čestně, s úctou a respektem;
- odmítá jakoukoli formu diskriminace, ať už ve vztahu k pohlaví, původu, náboženskému a politickému přesvědčení, věku, nebo sexuální orientaci;
- řídí se zákony platnými v České republice;
- podporuje se vzájemně k co nejlepšímu výkonu;
- odměňuje zaměstnance na základě jejich pracovního výkonu;
- nabízí zaměstnancům příležitost k osobnímu a profesnímu rozvoji;
- zajišťuje bezpečnost a ochranu zdraví při práci.



## Pravidla obchodního chování

Zaměstnanci společnosti Coca-Cola Hellenic se řídí tzv. Pravidly obchodního chování, která platí pro všechny zaměstnance firmy Coca-Cola Hellenic a všech jejích dceřiných společností. Tato pravidla pomáhají zaměstnancům jednat tak, aby to bylo v souladu se všemi zákony a vnitřními předpisy společnosti Coca-Cola Hellenic. Každý zaměstnanec při nástupu do společnosti obdrží jeden výtisk Pravidel obchodního chování, do něhož může nahlédnout vždy, když si v nějaké situaci není jistý, co je a co není střet zájmů, jakou pozornost lze přijmout a co je již úplatkem, jak používat a chránit majetek společnosti, jak a kde oznámit eventuální porušování pravidel atd.



## Postup při zaměstnávání

V naší společnosti podporujeme princip rovných příležitostí. Výběr je prováděn bez ohledu na rasu, barvu pleti, náboženské vyznání, pohlaví, sexuální orientaci, státní příslušnost, národnost, tělesné postižení či invaliditu. Tam, kde to charakter práce umožňuje, nabízíme našim zaměstnancům práci na zkrácené pracovní úvazky, práci z domova či flexibilní pracovní dobu.

### Zaměstnanci podle věku:

do 20 let	0,1 %
21–30 let	35,1 %
31–40 let	42,1 %
41–50 let	14,4 %
51–let a více	8,3 %

## Rozvoj a osobní růst zaměstnanců

Věříme, že rozvoj a vzdělávání jsou důležité pro každého zaměstnance, protože pomáhají zvyšovat motivaci a tím zlepšovat výkon. Naším cílem je při rozvoji dodržovat pravidlo 70–20–10. Každý zaměstnanec by měl mít prostor k rozvíjení svých schopností a vědomostí hlavně při každodenní práci (70 % rozvoje), a to díky sbírání zkušeností při plnění zajímavých a náročných úkolů nebo účasti na projektech. Intenzivně budujeme koučinkovou kulturu, a proto zaměstnanci mají možnost využít pro svůj rozvoj interního nebo externího kouče (20 % rozvoje). Cílem koučinku je pomoci v dosahování pracovních cílů. Většinou jsou tato sezení zaměřena na budování sebevědomí, posílení motivace nebo zlepšování dovedností (např. řízení času, komunikace, budování mezilidských vztahů a rozvoj týmů). Zaměstnanci se mohou rozvíjet i pomocí tréninků (10 % rozvoje). Poskytujeme tréninky zaměřené na „měkké“ (např. prezentační nebo komunikační) nebo „tvrdé“ (např. zvyšování znalostí práce na PC nebo technické

školení) dovednosti. V průběhu roku 2010 jsme obohatili tréninkovou aplikaci dostupnou na firemním intranetu o e-learningové řešení, které umožňuje absolvovat povinné, pravidelně se opakující tréninky (např. školení BOZP či školení zaměřené na standardní operační postupy) samostudiem na pracovišti. Každý nově nastupující zaměstnanec prochází vstupním školením, prostřednictvím kterého se dozví všechny důležité informace o fungování společnosti a jednotlivých oddělení. Na většinu volných pozic se vypisují interní výběrová řízení a každý zaměstnanec má možnost se do nich přihlásit.



## Odměňování

Odměňování zaměstnanců společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je založeno na principu celkové odměny, v němž je pravidelná fixní mzda jen základní složkou, na niž dále navazuje variabilní složka odměny, jejíž výši mohou zaměstnanci ovlivňovat svým pracovním výkonem, a nefinanční benefity. Za jeden z hlavních benefitů považujeme příležitost ke vzdělávání a rozvoji. Kromě standardních benefitů, jako je kupříkladu příspěvek na stravování, týden dovolené navíc, fasování nápojů, zvýhodněné telefonování v rámci programu BenefitCall, zvýhodněné bankovní služby a podobně, mají naši zaměstnanci možnost zapojit se do programu nákupu zaměstnaneckých akcí a přímo se tak podílet na výsledcích celé společnosti. Dále je pro naše zaměstnance připravena spousta dalších slev, např. na rekreační a wellness pobyty. Pro zaměstnance, kteří pracují pro naši společnost 5, 10 nebo 15 let, připravujeme oslavu, jejíž součástí je slavnostní večer spojený s poděkováním a předáním dárků.

## Firemní komunikace

Komunikace ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je otevřená a bezbariérová.

Hlavními komunikačními nástroji jsou:

- zaměstnanecký časopis Kompas/Coctail, který vychází čtyřikrát ročně a v němž se lze dočíst o novinkách ve firmě, zajímavých projektech či lidech, úspěších obchodních zástupců na trhu atd. Magazín vzniká především díky desítkám přispěvatelů z řad zaměstnanců, kteří sami píší články o aktuálních událostech ve svých odděleních;
- intranet, který funguje jako informační rozcestník. Zaměstnanci zde najdou odkaz do tréninkové aplikace či na obchodní reporty, dále telefonní seznamy, veškerá oznámení o personálních změnách a interních konkurzech na volné pracovní pozice, multimediální knihovnu a mnoho dalších užitečných informací;
- nástěnky, na kterých si i zaměstnanci bez přístupu

k počítačům mohou přečíst interní oznámení či konkurzy nebo pozvánky na různé firemní akce;

- informační kiosky umístěné v Praze-Kyjích a v distribučním centru Horní Počernice, na kterých si zaměstnanci bez pracovního počítače mohou objednávat nápoje v rámci firemního fasování nebo zde mají přístup na intranet či internet.

## Rada zaměstnanců

Rada zaměstnanců ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika reprezentuje zaměstnance a zajišťuje komunikaci mezi nimi a vedením společnosti. Členové rady jsou voleni zaměstnanci jednou za tři roky. Zasedání rady jsou veřejná a zúčastnit se jich může kdokoliv. Rada funguje v České republice již 11 let a od roku 2005 je součástí Evropské rady zaměstnanců společnosti Coca-Cola Hellenic, ve které má své zástupce. Rada zaměstnanců každý rok pořádá pro zaměstnance a jejich rodiny různé akce – dětský den, fotbalové turnaje aj. Každý z našich zaměstnanců má možnost čerpat prostředky ze sociálního fondu na různé sportovní a kulturní aktivity.



## Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

Péče o bezpečnost a ochranu zdraví při práci a stálé zlepšování pracovního a životního prostředí jsou důležitou a neoddělitelnou součástí plnění výrobních a pracovních úkolů. Jsou znakem dobře fungující společnosti a my jim věnujeme náležitou pozornost. Společnost Coca-Cola HBC Česká republika považuje tyto úkoly za prioritní, a proto vyhlásila v roce 2005 tzv. Politiku BOZP, v jejímž rámci stanovila pro následující roky hlavní body politiky BOZP a zavázala se k jejich dodržování.



## TOP ZAMĚSTNAVATEL ROKU 2011

Česká studentská unie (ČeSU) zveřejnila závěry z průzkumu ČeSU TOP zaměstnavatelé, který se uskutečnil mezi téměř osmi tisíci studenty českých a moravských vysokých škol. Studenti si v něm vybírali zaměstnavatele, u kterých by v budoucnosti rádi pracovali. Průzkum firmám ukazuje, kdo je pro vysokoškoláky jedničkou na trhu práce v jednotlivých oblastech. A my jsme dopadli na výbornou. V kategorii „Spotřebitelský průmysl“ Coca-Cola HBC s přehledem obsadila první místo.

**ČeSU**  
ČESKÁ STUDENTSKÁ UNIE



## Propagace BOZP



### V průběhu celého roku 2011...

- ...jsme obhájili certifikaci systému OHSAS\* 18001;
- ...jsme proškoliili své zaměstnance v kurzu Krizové situace při řízení motorových vozidel, celkem bylo proškoleno 332 řidičů;
- ...jsme zavedli systém Walk The Talk, v rámci kterého jsou manažeři v častějším kontaktu se zaměstnanci a diskutují s nimi o otázkách bezpečnosti práce;
- ...jsme snížili počet pracovních úrazů o 30 %;
- ...jsme zvýšili bezpečnost skladování (umístěním bezpečnostních prvků na regály a zavedením týdenní kontroly);
- ...jsme zlepšili ochranu proti chemickým látkám instalací nových bezpečnostních sprch.

### V rámci programu ochrany zdraví...

- ...jsme zaměstnancům nabídli bezplatné očkování proti chřipce;
- ...bylo umožněno bezplatné absolvování kurzu první pomoci pro zaměstnance;
- ...nabízíme fyzioterapeutické služby v ordinaci umístě-

né přímo ve výrobním závodě. Pro zaměstnance jsou tyto služby zdarma, v závislosti na fyzické náročnosti jejich práce je mohou využívat až dvakrát týdně.

*\* OHSAS je zkratka pro Occupational Health and Safety Assessment Series, což je systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Ten stanovuje požadavky na systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, pomocí něhož může firma řídit svá rizika pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci a zlepšit svoji výkonnost v oblasti bezpečnosti práce. Společnost Coca-Cola HBC Česká republika získala tento certifikát v červnu 2006.*

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika pravidelně organizuje znalostní soutěže pro zaměstnance či ankety, ve kterých zjišťuje spokojenost např. s pracovním prostředím. Duben byl vyhlášen měsícem **BOZP**, v jehož rámci se pořádají Dny otevřených dveří **BOZP**, kdy zaměstnanci mají možnost např. nechat si změřit obsah cholesterolu či ostrost zraku nebo absolvovat konzultaci s kožním lékařem atd. Na intranetu je funkční stránka oddělení **BOZP**, kde lze kromě různých legislativních informací nalézt např. bezpečné pracovní postupy pro zaměstnance na různých pozicích a v různých odděleních.





**Životní  
prostředí**





**Životní  
prostředí**





**Naším závazkem je řídit naše podnikání způsobem, který chrání životní prostředí, a integrovat principy udržitelného rozvoje do rozhodování a procesů.**

Náš systém ochrany životního prostředí vyžaduje zapojení zaměstnanců na všech úrovních. Dodržujeme nejen veškeré zákonem ukládané předpisy, procesy či limity, ale mnohé z činností, na které klademe důraz, jsou podloženy mnohem přísnějšími předpisy, které jsme se zavázali dodržovat v rámci tzv. Coca-Cola systému kvality (The Coca-Cola Quality System, TCCQS).

Společnost Coca-Cola HBC je certifikována dle norem ISO 9001 a ISO 14001, má zavedený a implementovaný systém certifikace ISO22000, která je zaměřena na systém potravin a jejíž součástí je implementovaný systém HACCP dle vyhlášky č.147/1998 Sb. o způsobu stanovení kritických bodů v technologii výroby. Norma ISO 14001, vztahující se k environmentálnímu managementu, stanovuje operační postupy a procesy, které každá certifikovaná společnost musí dodržovat. Všechny tyto normy jsou pravidelně kontrolovány pomocí auditu nezávislými auditorskými společnostmi.



**Politika životního prostředí je základní dokument, kterým se společnost zavazuje k odpovědnému přístupu k životnímu prostředí:**

Coca-Cola HBC Česká republika se zavázala, že při provádění svých podnikatelských činností bude odpovědně přistupovat k životnímu prostředí. To znamená, že jsme rozhodli zavést spolehlivá opatření a účinné systémy řízení, jejichž prostřednictvím budeme sledovat a poskytovat informace o našem podnikání a jeho dopadech na životní prostředí. Budeme jednat odpovědně tak, abychom splňovali vysoké environmentální standardy a minimalizovali veškeré negativní dopady na místní prostředí a současně plnili očekávání zákazníků i spotřebitelů, která se týkají jakosti a bezpečnosti našich výrobků a pracovního prostředí. Jsme přesvědčeni, že důležitou roli při dosahování environmentálních cílů hrají naši zaměstnanci i všechny osoby spojené se společností. Proto se snažíme našim zaměstnancům poskytnout nutná školení a podporu tak, aby v plné míře přijali tento závazek a podíleli se na trvalém zlepšování environmentálních standardů.



## Voda



Voda je základní složkou našich produktů a záleží nám na jejím efektivním využívání. Daří se nám neustále snižovat množství vody použité při výrobě jednoho litru nápoje a naším cílem v dlouhodobé perspektivě je toto množství ještě dále snižovat. Instalace nové aseptické výrobní linky si v roce 2008 vyžádala i spuštění nové úpravný vody, díky níž jsme na konci roku 2008 zaznamenali pokles množství vodárenských kalů o 35 %. Zlepšení kvality odpadních vod se výrazně projevilo již v roce 2009. V roce 2011 spotřeba opět poklesla a blíží se hranici dvou litrů vody na jeden litr vyrobeného nápoje. Pokles byl způsoben mimo jiné i technologií recyklace vody, což v praxi znamená, že vodu použitou na oplachy dopravníků znovu použijeme např. na umytí přepravek vrácených z trhu.

## Energie



Stejně jako je naším cílem snižovat množství použité vody, záleží nám i na snižování objemu použité energie, čehož dosahujeme mimo jiné i používáním úspornější techniky a svítidel. Aseptická výrobní linka, instalovaná v roce 2008, se nicméně projevila i na zvýšení spotřeby elektrické energie ve výrobním závodě, neboť aseptická výrobní technologie je značně energeticky náročná. I přes provoz aseptické linky jsme v roce 2010 docílili poklesu spotřeby elektrické energie o rekordních 12 %. Napomohla tomu i celofiremní osvětová kampaň, při které se zaměstnanci seznámili se způsoby šetření elektrickou energií, a to jak ve výrobních a skladových prostorách, tak i v kancelářských budovách. I v roce 2011 jsme v opatřeních na úsporu energie pokračovali, např. jsme nainstalovali nové úspornější lampy do jedné z vyfukovaček lahví. Spotřeba energie na tomto stroji klesla o 15 %.

Také byly instalovány nové chladičové věže pro provoz výroby preforem, čímž klesla nejen úspora energie, ale i vody.

Počet litrů vody použitých na výrobu jednoho litru nápoje



Spotřeba energie v MJ na výrobu jednoho litru nápoje



## Nakládání s odpady



Snažíme se snižovat množství produkovaných odpadů a také zvyšovat podíl recyklovaného odpadu. Důsledně třídíme odpad, a to nejen odpad pocházející z výroby či skladu, ale i ten běžný kancelářský – v prostorách kanceláří jsou nainstalovány kontejnery na tříděný odpad a zaměstnanci jsou osvětou vedeni k tomu, aby odpad správně třídili.

Vedle jednoznačné priority kvality dále v rámci neustálých inovačních snah usilujeme o zavádění takových obalů, které co nejméně zatěžují životní prostředí – z tohoto důvodu naše obaly například pravidelně odlehčujeme (řádově v jednotkách až desítkách procent, dle velikosti balení) či tzv. panenský PET materiál doplňujeme materiálem recyklovaným (některé naše obaly obsahují až 20 % recyklovaného PET). V roce 2011 jsme odlehčili hmotnost uzávěrů PET lahví. Následně se snížila i hmotnost preforem pro PET lahve o obsahu dvou litrů, a to o 3 % oproti loňskému roku.



*hmotnost obalu v gramech*

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	snížení o
0,5L PET Bonaqua	23	18					19 %
1,5L PET Bonaqua	43	36					16 %
0,33L vratné sklo Coca-Cola	444	333,5					25 %
0,33L vratné sklo Fanta & Sprite		432	308				29 %
0,5L PET Nestea, Cappy Ice Fruit			23	18			10 %
1,5L PET Nestea				39	36		8 %
2L PET sycené nápoje (Coca-Cola, Fanta, Sprite, Kinley)					48	46,75	3 %



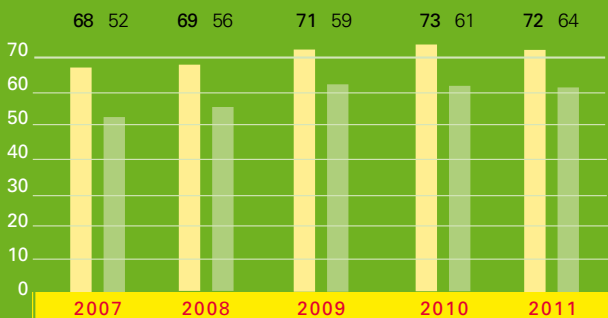
## EKO-KOM



Naše společnost je výrobcem mnoha různých druhů obalů tak, jak je preferují naši spotřebitelé – od vratných skleněných lahví a aluminiových plechovek přes plastové náplně do výčepních zařízení až po kombinované či plastové (PET) obaly. Všechny tyto obaly jsou bez výjimky recyklovatelné. Snažíme se o to, aby se pokud možno každý obal vrátil ke spotřebiteli, ať už při opakovaném použití, nebo v recyklované podobě. Za důležitý prvek ochrany životního prostředí proto považujeme třídění a recyklaci všech našich obalů. Cílem je naplnění evropské směrnice 94/62 EC o obalech a obalových odpadech.

V České republice je naše společnost zapojena do integrovaného Systému sdruženého plnění EKO-KOM, na jehož vzniku se také v polovině devadesátých let minulého století podílela. Obalový odpad je v tomto systému chápán jako nedílná součást komunálního odpadu a tvoří v něm přibližně jednu třetinu. Komu-

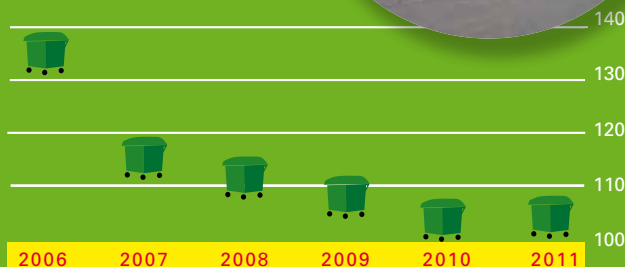
nální třídění odpadu prostřednictvím sítě barevných kontejnerů je dnes dostupné 98 % české populace (z nichž 68 % na sběru a třídění aktivně v roce 2011 participovalo) a z hlediska geografického pokrytí je jedním z nejlepších v Evropě – v roce 2011 byla hustota dostupnosti barevných kontejnerů na tříděný odpad již jen 106 metrů. V systému EKO-KOM byla dosažena celková míra recyklace 72 %, přičemž plasty jsou recyklovány v míře 64 % a PET materiál jako součást této skupiny dosahuje téměř sedmdesáti procent. Všeobecně lze říci, že v ČR je recyklováno sedm PET lahví z 10, což staví Českou republiku na úroveň srovnatelnou s nejlepšími zeměmi EU.


Procenta recyklace odpadů z nevratných obalů v systému EKO-KOM



Celková recyklace v ČR   
Všeobecné plasty 

Průměrná vzdálenost barevných kontejnerů od českých domácností v metrech



Průměrná vzdálenost v metrech 



## Tříděním odpadu snižujeme produkci CO<sup>2</sup>

Zapojením do Systému sdruženého plnění EKO-KOM a tím podporou recyklace jsme v roce 2010 ušetřili 556 990 992,18 MJ energie a tomu odpovídá snížení produkce skleníkových plynů o 23 189 tun CO<sup>2</sup> ekvivalentních. Jen pro představu, z tohoto množství energie je výrobní závod Coca-Cola HBC Česká republika schopen vyrobit přibližně 700 000 000 litrů nápojů při současném poměru přibližně 0,8 MJ na 1 litr nápoje.

V roce 2010 jsme v pražském závodě vyrobili 278 106 809 litrů nápojů. Z toho plyne, že při stávající produkci bychom mohli z uspořené energie vyrábět teoreticky 2,5 roku. Abychom si uspořené energii ještě více přiblížili, uvedeme si porovnání s Jadernou elektrárnou Temelín. Temelín při nynějším instalovaném elektrickém výkonu 2000 MW (což je největší elektrický výkon ze všech elektráren v ČR) vyrobí námi uspořené energii 556 990 992,18 MJ za cca

77 hodin při maximálním výkonu. Uhelné elektrárně to už bude trvat daleko déle, např. uhelná elektrárna Prunéřov I. bude toto množství energie vyrábět skoro 15 dnů. Stanovení konkrétního množství ušetřené energie bylo provedeno tzv. LCA metodou (Life Cycle Assessment), tedy metodou posuzování životního cyklu. Vypracování nezávislé studie LCA na nápojové obaly v ČR bylo zadáno v roce 2006 Ministerstvem životního prostředí ČR a vyhodnocení celého projektu i předání certifikátů proběhlo v červnu 2011.





**Tržní  
prostředí**





**Tržní  
prostředí**





## Nabídka nápojů...

**Naším posláním je nabízet osvěžení našim spotřebitelům, chceme být partnery svým zákazníkům a pomáhat jim tak v jejich podnikání. Pro naplnění tohoto poslání dodržujeme tyto základní principy:**

- chceme si zasloužit důvěru našich spotřebitelů tím, že nabízíme vysoce kvalitní produkty a služby, které uspokojí jejich potřeby a hodí se k jejich životnímu stylu;
- podporujeme naše obchodní partnery na lokální i globální úrovni tím, že budujeme spolehlivé, soudržné, vzájemně přínosné vztahy;
- děláme marketing s respektem k ekonomickému, sociálnímu a kulturnímu souvislostem.

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika nabízí svým zákazníkům a spotřebitelům široké portfolio produktů ve všech hlavních kategoriích nealkoholických nápojů v různých baleních vhodných pro veškeré příležitosti.

Kompletní přehled naleznete v závěru této zprávy. Velká je nejen nabídka nápojů, ale i počet druhů jejich balení, která kopírují nejčastější spotřebitelské příležitosti. V nabídce našich produktů jsou skleněné vratné láhve o obsahu 0,2, 0,25 a 0,33 l plechovky, o obsahu 0,25, 0,33 a 0,5 l, recyklovatelné PET lahve o objemech 0,33, 0,5, 1, 1,5 a 2 l a kartonové obaly pro džusy.



## ... v různých baleních

## Novinky

Abychom nabízeli svým spotřebitelům nápoje, které odpovídají trendům v oblasti aktivního životního stylu, neustále rozšiřujeme své portfolio a každý rok uvádíme na trh novinky. V průběhu roku 2011 to byly tyto:

- při příležitosti oslav 125 let své existence představila Coca-Cola retro kolekci historických designů 0,33l plechovek Coca-Cola i limitované, symbolické balení Coca-Coly v balení 1,25 l PET;
- pramenitá voda Bonaqua se objevila v nových příchutích – hruška & meduňka a červený pomeranč;
- oblíbený ledový čaj Nestea je nyní k dostání také v nové variantě Nestea černý čaj s příchutí tropického ovoce;
- energetický nápoj Monster představil novinku Monster Khaos (energetický, lehce sycený nápoj s 50% obsahem džusu z jablek, pomerančů, broskví, bílých hroznů, ananasu a mandarinky).





## Odpovědný marketing – Závazky UNESDA

**Naše společnost se i v České republice hlásí k odpovědnému marketingu prostřednictvím svého členství v evropské nápojové asociaci UNESDA a dodržuje následující dobrovolné závazky:**

- neumisťuje v médiích žádnou reklamní komunikaci zaměřenou na děti do 12 let;
- vystřihává se přímého reklamního oslovení dětí, aby přesvědčovaly rodiče ke koupi firemních výrobků.

Naše společnost dále prosazuje dobrovolné závazky asociace UNESDA vůči Evropské platformě aktivit v oblasti stravy, fyzických aktivit a zdraví\*. Aby naplnila tyto závazky, rozhodla se od počátku roku 2007 dále neprodávat sycené nealkoholické nápoje na prvních stupních základních škol a nahradit je jiným portfoliem (balené vody, džusy, jiné nápoje v nízkokalorických verzích apod.) v uzavíratelných baleních, která umožňují kontrolu spotřeby.

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

## Péče o zákazníky

### Komunikace se zákazníky

Snaha nalézt optimální způsob zákaznického servisu se zrcadlí i v našem způsobu komunikace se zákazníkem. O každého zákazníka se stará konkrétní kvalifikovaný obchodní zástupce, který ho navštěvuje v pravidelných cyklech, jež nejsou delší než jeden měsíc. Při svých pravidelných návštěvách plní obchodní zástupci společnosti Coca-Cola HBC Česká republika zejména roli odborného poradce, který je schopen poradit, jaký sortiment a v jakém balení je pro danou provozovnu z hlediska zákazníka i spotřebitele optimální, navrhne a dodá vhodné materiály na podporu prodeje, zajistí vhodné prodejní zařízení a seznámí zákazníka s tím, jak nejlépe uspořádat v zařízení naše zboží s ohledem na jeho prodejnost, navrhne a zajistí optimální objednávku, vyřídí veškerou nutnou administrativu potřebnou k zajištění závozu, zkontroluje expirace produktů na provozovně, funkčnost a čistotu prodejního zařízení i dalších materiálů na podporu prodeje, vyřídí případné reklamace, seznámí zákazníka s novinkami, speciálními nabídkami i s promočními akcemi pro zákazníky či spotřebitele.



## Středisko služeb zákazníkům

Pracovníci telefonického centra služeb společnosti Coca-Cola HBC Česká republika přijímají od zákazníků objednávky, informují je o novinkách, přijímají a předávají servisnímu oddělení hlášení o poruchách našich zařízení, ptají se zákazníků na jejich spokojenost s poskytovaným servisem a tyto informace okamžitě vyhodnocují. Telefonické centrum služeb také zajišťuje infolinku, jejíž číslo je na etiketách všech našich produktů a na které mohou volající dostat informace o produktech, jejich složení, spotřebitelských soutěžích či o čemkoliv dalším, co je zajímavá a co má souvislost se společností Coca-Cola HBC Česká republika. Infolinka je v provozu 24 hodin denně, a to nikoliv prostřednictvím záznamníku, ale našich pracovníků.

Pro zlepšení našich služeb jsme zavedli tzv. SPOC (Single Point of Contact). Cílem je zjednodušit komunikaci v případě řešení problémů – každý telefonní operátor

je zodpovědný za zvednutý příchozí hovor od začátku do konce, čímž není myšleno jen položení telefonu, ale i vyřešení požadavku volajícího pomocí speciálně připravené databáze.

**Obsluhuje celou ČR  
i SK. Tedy více než 72 000  
zákazníků,  
prijme více než 350 000  
hovorů,  
a za rok realizuje více  
než 1 000 000 hovorů.**



## Zákaznický časopis

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika vydává několikrát do roka časopis „Coca-Cola svět“, který je určen zákazníkům společnosti a který si klade za cíl zejména přinášet užitečné informace použitelné při jejich každodenní práci, něco všeobecných informací ze světa nápojů, obchodu, zajímavosti ze systému Coca-Cola, trochu zábavy, ale i možnost vyhrát hodnotné ceny v soutěžích.

Se stále vzrůstajícím počtem zákazníků vietnamské národnosti jsme v roce 2010 začali vydávat tento zákaznický časopis i ve vietnamštině.



## Distribuce zboží k zákazníkům



Velmi významnou službou, kterou Coca-Cola HBC Česká republika nabízí svým zákazníkům, je doprava zboží až na místo určení – ať již je to sklad velké prodejny, nebo malý sklad restaurace. K dobrému fungování této služby přispívá i to, že většina zboží je na místo určení zavážena vlastními speciálně upravenými nákladními auty, která minimalizují manipulační čas u zákazníků a díky efektivní, počítačem řízené logistice a pravidelné údržbě i méně zatěžují životní prostředí.

## Zajišťování kvality

Prvořadým zájmem naší společnosti je v každé oblasti našeho podnikání usilovat o vynikající kvalitu produktů. Za jednu z cest k trvalému dosahování tohoto stavu považujeme neustálé plnění požadavků norem ČSN EN ISO 9001, ČSN EN ISO 14001, OHSAS 18001 a požadavků TCCQS (The Coca-Cola Quality System).

Kontrolu kvality našich výrobků zabezpečuje tým odborníků z oddělení kvality. Převážná většina z nich má odborné chemické vzdělání se zaměřením na potravinářský průmysl. Systém monitorování kvality je velmi precizně propracovaný a léty praxe prověřený. Veškerá naše produkce prochází několika stupni důkladné kontroly kvality – vstupní suroviny a materiály, voda, výrobní zařízení. V průběhu výroby se v pravidelných intervalech odebírají kontrolní vzorky, z každé výrobní šarže se uchovávají departážní vzorky pro možnost pozdější kontroly. Laboratoř funguje 24 hodin denně, sedm dní v týdnu.

Každoročně u nás provádí audit nezávislá auditorská spo-

## Program odezvy spotřebitelům a zákazníkům



Systém reklamací ve společnosti Coca-Cola HBC Česká republika je podrobně popsán v tzv. standardních operačních postupech a má své přesně dané zákonitosti, z nichž tou nejdůležitější je rychlost. Každá přijatá reklamacie je evidována v reklamačním protokolu a neshodné zboží (tj. takové, které neodpovídá vysokým kvalitativním nárokům společnosti Coca-Cola) je okamžitě vyměněno nebo nahrazeno. Na proces vyřizování reklamací jsou pracovníci obchodního oddělení pravidelně důkladně proškolení.

lečnost SGS, která prověřuje náš systém kvality a jeho funkčnost v rámci celé společnosti.

Kontrolu kvality našich nápojů neprovádíme jen ve výrobě, ale také na trhu. Tým obchodních zástupců pravidelně kontroluje kvalitu našich produktů u našich zákazníků, tj. v restauracích, barech, kinech či obchodech tak, aby každý, kdo si náš nápoj koupí, měl jistotu prvotřídní kvality.





**Spolupráce  
s komunitami**





**Spolupráce  
s komunitami**



**Našeho poslání, tedy obohacování života místních komunit, dosahujeme prostřednictvím dodržování základních principů:**

- **podporujeme takové iniciativy a partnerství, které jsou důležité pro místní komunity;**
- **nasloucháme komunitám, ve kterých působíme, bereme v úvahu jejich pohled a potřeby při našem podnikání.**

## Dětské domovy

V prosinci roku 2000 společnost Coca-Cola HBC Česká republika rozběhla projekt podpory deseti dětských domovů v České republice. Myšlenka dlouhodobé podpory vybraných dětských domovů vzešla z nápadů zaměstnanců společnosti v interním průzkumu, ve kterém si přáli větší angažovanost firmy v charitativní oblasti. Dětské domovy jsme vybrali poblíž měst, v nichž sídlí naše obchodní či administrativní centra. Jsou to Bor-

šov nad Vltavou, Brno, Brušperk (nyní Frýdek-Místek), Jablonec nad Nisou, Mariánské Lázně, Olomouc, Plzeň, Praha 9, Ústí nad Labem a Vrchlabí. Dohromady je v těchto domovech v tuto chvíli přihlášeno více než 400 dětí. Naším cílem je přispět ke zlepšení každodenního života dětí v domovech. Chceme, aby si děti mohly díky naší podpoře dovolit to, co jejich vrstevníci ve škole. Jinými slovy, nechceme přispívat na opravu střechy tělocvičny v domově, ale chceme pomoci při financování například volnočasových aktivit dětí v domovech. Domovům tak přispíváme na výlety a poznávací zájezdy dětí, podporujeme jejich vzdělávání a podobně – zaplatili jsme například barmanské či kadeřnické kurzy, kurzy autoškoly či afrického bubnování. V minulém roce jsme mezi všechny dětské domovy rozdělili částku 2 000 000 Kč.



## Neziskové organizace a jiná zájmová sdružení



## Prohlídka výrobního závodu Praha -Kyje

Kromě toho spolupracujeme s mnoha neziskovými organizacemi z celé České republiky. Jsou to např. občanské sdružení Zdravotní klaun, Nadační fond Plaváček Juraje a Deany Jakubiskových, kolínské sdružení pro pomoc tělesně postiženým Srdíčko, Sdružení Šance při fakultní nemocnici v Olomouci, Dětské krizové centrum, Klub nemocných cystickou fibrózou, MŠ, ZŠ a SŠ pro sluchově postižené, CEREBRUM – sdružení osob po poranění mozku a jejich rodin, Sdružení dobrovolných zdravotnických záchranářů Česká Kamenice. Po odběru krve mohou našimi nápoji doplnit energii všichni dárci, kteří darují krev pod hlavičkou oblastního spolku Českého červeného kříže Praha 1. Uhasit žízeň jimi mohou ale i lidé, kteří si koupí jakýkoli nealkoholický nápoj v kavárně Potmě, vybudované nadací Světluška. Nadaci Světluška jsme nejen darovali nápoje, ale také zapůjčili lednici, aby nápoje byly řádně vychlazené a návštěvníci kavárny se, i když v absolutní tmě, mohli příjemně osvěžit. Již od roku 2007 jsme jedním z partnerů mezinárodní soutěže pro mladé nadané hudebníky Concertino Praga, kterou pořádá již více než 40 let Český rozhlas, a minulý rok jsme podporovali také mladé divadelníky z DAMU.

V průběhu školního roku připravujeme program exkurzí pro střední, vyšší odborné a vysoké školy. Cílem tohoto programu je seznámit případné zájemce nejen s historií samotného nápoje a výrobní společnosti, ale také s naší každodenní praxí. Každé školní třídě/skupině nabízíme podrobný program návštěvy, sestávající z prohlídky výrobního závodu, výkladu o historii firmy, ale také např. z informací o tom, jak řídíme distribuci, jak pečujeme o naše zákazníky apod. Pokud mají některé třídy zájem o podrobnější výklad např. v oblasti marketingu či prodeje, jsme schopni takovou exkurzi po dohodě „ušít přímo na míru“.



## Spolupráce se studentskou organizací AIESEC

Naší odpovědností je vzdělávat nejen své zaměstnance, ale i komunity a zejména mladé lidi, budoucí talenty a profesionály na pracovním trhu. Proto spolupracujeme s organizacemi, které sdružují vysokoškolské studenty na celém území České i Slovenské republiky. AIESEC je organizace sdružující studenty ekonomických a obchodních univerzit po celém světě (působí ve 107 zemích, má přes 800 poboček a celosvětově je v ní zapojeno 35 000 studentů). Coca-Cola HBC spolupracuje se studenty formou vzdělávání prostřednictvím tréninků a workshopů, dále se podílí na sponzoringu jejich konferencí a nabízí i další specifické aktivity: konzultace k diplomovým pracím, vedení různých projektů či Coke Days s exkurzí do našeho provozu. Studenti, kteří jsou zdravě ambiciózní, proaktivní, nadšení uplatnit získané znalosti v praxi a mají zájem o naši společnost, jsou vždy vítáni jako brigádníci a jsme velmi rádi, když po absolvování VŠ nastupují na plný úvazek na některou ze specializovaných pozic, popřípadě se rozhodnou pro náš trainee program.

**AIESEC** 



## Spolupráce s místními radnicemi

Coca-Cola HBC Česká republika velmi úzce spolupracuje s úřadem městské části Praha 14, tedy s radnicí v místě svého sídla, a od roku 2008 i s úřadem městské části Praha 20, kde má své distribuční centrum.

S radnicí Prahy 14 společně každý rok organizujeme oslavu Dětského dne – Praha 14 již tradičně zajišťuje místo, organizační zázemí a kulturní program, Coca-Cola HBC Česká republika zase soutěže pro děti a atrakce, jako např. skákací hrad nebo lezeckou lahev. Společně pak zajišťujeme dárky pro děti – musí jich být dostatečný počet, aby se dostalo na každé dítě a žádné neodcházelo zklamané. V roce 2011 se oslava Dětského dne zúčastnilo více než 550 dětí! Naše partnerství s místní samosprávou je dále rozvíjeno spoluprací na kulturních a sportovních akcích, jejichž pořadatelem je právě radnice. Každý měsíc se podílíme na jedné akci – v květnu je to např. divadelní festival Májování, v dubnu Den země či v září akce Babí léto. Spolupráce s radnicí Prahy 20 – Horních Počernic začala v roce 2008 poté, co jsme v katastru této městské části vybudovali nové distribuční centrum. Také tady podporujeme různé kulturní a sportovní akce, například zámecké historické slavnosti, Počernické kuře či žákovský turnaj ve fotbale.



## Týden Live Positively potřeť



Poslední zářijový týden roku 2011 se konal již třetí ročník iniciativy s názvem Týden Live Positively. Letošní ročník spojovalo motto „Na kole s radostí“. Zdravý pohyb městem a to, že i v Praze se dá pohodlně jezdit na kole do práce, si mohli vyzkoušet zaměstnanci, kteří dorazili do práce na tomto dopravním prostředku. Také jsme se zapojili do práce pro místní komunitu. Ve spolupráci s radnicí Prahy 14 dobrovolníci společnými silami vysázeli v okolí Kyjského rybníka deset nových stromů a u přilehlé cyklostezky je plánováno vybudování odpočinkového místa, které zpříjemní prostředí všem návštěvníkům této zajímavé přírodní lokality.

## Kancel tak trochu jinak



Již od podzimu minulého roku mají zaměstnanci CCHBC CR možnost zapojit se do dobrovolnického projektu „Kancel tak trochu jinak“. Místo v kancelářích a na trhu tak úřadují v pražské zoologické zahradě – pomáhají upravit venkovní prostory a zkrášlit zoo. Do projektu se od jeho začátku zapojilo už přes 100 zaměstnanců a dokázali jsme, že umíme pomoci dobré věci.

Každý prosinec od roku 2000 se můžete v českých a moravských městech setkat s Coca-Cola Vánočním kamionem. Cílem této akce je přivést do měst pravou předvánoční atmosféru a potěšit nejen děti spoustou dárců. Tuto akci vždy připravujeme ve spolupráci se samosprávami měst, která Vánoční kamion navštíví. Pokud nějaké město chce obohatit předvánoční program pro své občany o návštěvu Vánočního kamionu, stačí mu již jen zajistit vhodné místo, o ostatní se postaráme my.

Veškeré výtěžky z prodeje na těchto akcích jsme darovali vždy konkrétnímu městu, ve kterém se akce konala – dohromady jsme na dobročinné účely tímto způsobem darovali městům více než 500 000 Kč.

## Vánoční kamion



## Sport a aktivní životní styl

Naším cílem je podporovat aktivní životní styl – mnoho odborníků potvrzuje, že aktivita a pohyb jsou klíčem k řešení otázek spojených s nárůstem obezity. Coca-Cola systém je již tradičním partnerem mnoha světových sportovních událostí – za všechny jmenujme olympijské hry (od roku 1928) či dlouholetou spolupráci s FIFA (od roku 1978).

Kromě vlastních, výše zmíněných projektů společnost Coca-Cola podporuje také devět klubů z nejvyšší fotbalové ligy a je partnerem české hokejové reprezentace a extraligy ledního hokeje.

Dále jsme hlavním partnerem Tréninkového centra mládeže na pražském Strahově, v roce 2007 jsme jeho provoz podpořili penězi a výrobky pro pitný režim mladých fotbalistů v souhrnné hodnotě přesahující 2 000 000 Kč.

Ve spolupráci s fotbalovým klubem AC Sparta Praha jsme vybudovali Coca-Cola Teen Point, což je sektor v hledišti určený primárně pro mladé diváky, fungující od podzimu 2007. Návštěvníci fotbalových utkání v něm kromě příjemného prostoru pro sledování fotbalu naleznou různou zábavu, ale

konají se zde například setkání a autogramiády s fotbalisty z různých klubů.

Na teplickém fotbalovém stadionu vznikl díky našemu příspěvku rodinný sektor, v němž v klidu a pohodě mohou fotbalové utkání sledovat celé rodiny a ještě se případně zabavit u dalších atrakcí.

Během celého roku 2011 jsme podpořili, především formou pitného režimu, desítky nejrůznějších sportovních akcí, zaměřených na mnoho sportů a cílových skupin; pro ilustraci jmenujme alespoň cyklistiku, volejbal, fotbal, motokros, atletiku, běh, sportovní rokenrol a další.



Sycené nealkoholické nápoje



Coca-Cola



Coca-Cola light



Coca-Cola zero

Sycené nealkoholické nápoje



Coca-Cola Cherry



Fanta



Sprite

Sycené nealkoholické nápoje



Kinley Tonic



Lift

Lifter

Ledové čaje a kávy



Nestea



Illy

Džusy a ovocné nápoje



Cappy Ice Fruit



Cappy

Džusy a ovocné nápoje



Cappy



Cappy Junior

Balené vody



Bonaqua



Balené vody

Energetické a sportovní nápoje



Romerquelle



Burn



Monster



Powerade

Jsme prvním nejpreferovanějším zaměstnavatelem  
v oblasti rychloobrátkového zboží v České  
republice dle výsledků ankety studentské  
organizace AIESEC

„The most desired company – Zaměstnavatel roku  
2011“.

**Chtěli byste u nás pracovat?**

**Navštivte stránku**

**[www.coca-cola.jobs.cz](http://www.coca-cola.jobs.cz) s nabídkou aktuálních  
pozic u nás.**

