



Соса-Солa НВС
Россиa



ОТЧЕТ
ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ
СОСА-COLA НВС РОССИЯ
ЗА 2017 ГОД

Обращение генерального директора	2	05. Забота о персонале	54
Ключевые показатели деятельности Компании в области устойчивого развития	4	Управление персоналом	57
01. О Компании	6	Охрана труда и безопасность производственной деятельности	66
02. Стратегия и видение	14	06. Забота об окружающей среде	74
03. Ответственное принятие решений	22	Отходы и экологичная упаковка	78
Корпоративное управление	25	Энергоэффективность и сокращение выбросов парниковых газов	81
Деловая этика и противодействие коррупции	28	Ответственное водопользование	83
Система управления рисками	29	Чистый транспорт	85
Взаимодействие с заинтересованными сторонами	33	07. Забота о местных сообществах	86
Закупки	34	Социальные проекты	90
Устойчивое сельское хозяйство	39	Экологические проекты	92
04. Забота о потребителях	42	08. Об Отчете	94
Обеспечение качества продукции	45	Приложение. Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards	103
Поддержка сбалансированного образа жизни	51		
Ведение ответственного маркетинга	53		

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

Дорогие друзья!

**Я рад представить вам наш
одиннадцатый Отчет об устойчи-
вом развитии.**

В последние годы система Coca-Cola в России находится на пути устойчивого и ответственного роста, ставя во главу угла наших клиентов и потребителей. Мы являемся частью быстрорастущей индустрии в стремительно меняющемся мире. Сейчас самое время начать новую главу нашей истории, которая позволит нам раскрыть потенциал роста бизнеса, с достоинством принимая стоящие перед нами вызовы и максимально используя возникающие возможности.



Образ жизни и вкусы потребителей меняются очень быстро. Чтобы не отставать от этих изменений, в основу всего, что мы делаем, мы ставим инновации, которые помогают нам переосмысливать старые и изобретать новые подходы к ведению нашего бизнеса. Соответствуя ожиданиям потребителей, мы расширяем и пересматриваем продуктовый портфель и предлагаем интересные, современные, неожиданные и, главное, вкусные продукты высшего качества в категориях, которые хотят наши потребители, — от классического вкуса Coca-Cola до соков и зеленого чая, от компотов до бутилированной воды. Мы по мере возможности снижаем содержание сахара и обогащаем наши напитки питательными свойствами, предлагая как премиальные, так и доступные опции в упаковках различного размера с подробной информацией о составе и энергетической ценности напитков.

Стремление к позитивным изменениям заложено в ДНК нашей компании. Мы верим, что чем сильнее сообщества, которые нас окружают, тем сильнее наш бизнес. Являясь одной из самых крупных компаний в Группе Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG, мы несем ответственность за то, чтобы сделать страну, в которой мы работаем, лучше, с уважением относясь к людям и природным ресурсам, от которых зависит наше благополучие.

Бизнес всегда начинается с людей. Мы намерены не только расти как компания, но и способствовать росту нашей большой команды. Все начинается с создания

возможностей для наших людей, чтобы они могли полностью реализовать свой потенциал. Мы создаем прекрасную рабочую среду и дарим незабываемый опыт более чем 7,5 тыс. работникам Coca-Cola HBC Россия на всем карьерном пути, чтобы они могли обеспечить достойную жизнь себе и своим семьям.

Мы платим конкурентоспособную заработную плату и стремимся быть привлекательным и перспективным работодателем, создавая увлекательную рабочую атмосферу, которая основана на энтузиазме и доверии. В 2017 г. мы внедрили новую модель управления персоналом, направленную на развитие лидерства и талантов. Переход на новую модель позволил улучшить целый ряд показателей, от которых во многом зависят финансовые результаты. К концу 2017 г. 97% наших ключевых сотрудников находились на ключевых позициях, а индекс вовлеченности персонала достиг 94% — это самый высокий результат среди 28 стран Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG. Мы модернизируем процесс подбора персонала, чтобы оставаться востребованными у нового поколения в век цифровых технологий. В прошлом году мы запустили программу весенних стажировок и продолжили реализацию программы подготовки будущих менеджеров Rise Management Trainee Programme, чтобы создать привлекательные условия для молодежи. Благодаря упорной работе по обучению и профессиональному развитию сотрудников нам удалось сформировать эффективную



МЫ НЕСЕМ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ТО, ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ СТРАНУ, В КОТОРОЙ МЫ РАБОТАЕМ, ЛУЧШЕ

команду, нацеленную на устойчивое развитие бизнеса за счет наращивания кадрового потенциала.

Мы постоянно инвестируем в создание безопасных условий труда как для наших сотрудников, так и для персонала поставщиков и подрядчиков. Поэтому в 2017 г. мы внедрили систему управления безопасностью подрядных организаций, позволяющую снижать производственные риски и распространять культуру безопасности среди работников.

Еще один стратегический приоритет нашей компании — поддержка сообществ в регионах нашего присутствия и работа с экспертами во благо нашей планеты. Наша главная цель — минимизировать воздействие на окружающую среду в масштабах всей цепочки поставок. Мы хотим добиться того, чтобы к 2020 г. 100% используемого нами сельскохозяйственного сырья соответствовало стандартам ответственного сельского хозяйства. В то же время мы постоянно повышаем экологичность своих производственных площадок. В рамках работы по достижению амбициозных целей в области устойчивого развития мы ищем новые пути для сокращения энерго- и водопотребления и объема образуемых отходов. За счет более эффективного использования транспорта и внедрения энергоэффективных холодильных

установок мы уменьшаем выбросы парниковых газов.

С одной стороны, мы не должны забывать о преимуществах современной упаковки, которая удобна в использовании, безопасна для здоровья и позволяет сокращать количество выбрасываемых пищевых продуктов. С другой стороны, мы признаем, что мир столкнулся с глобальной проблемой утилизации отходов упаковки, и совместно с нашими партнерами из The Coca-Cola Company мы работаем над тем, чтобы эта проблема осталась в прошлом. Мы следуем принципу «сокращение — повторное применение — переработка» и увеличиваем долю переработанных материалов в упаковке наших напитков. В 2017 г. мы отправили на переработку 85,9% произведенных отходов. Наш проект «Разделяй с нами» расширяется и на сегодняшний день охватывает 25 российских городов. За два года мы установили более 2,5 тыс. контейнеров для сбора мусора и переработали более 30 тыс. тонн отходов упаковки. Как Система Coca-Cola во всем мире мы стремимся к 2030 г. собирать и перерабатывать отходы, эквивалентные 100% продаваемой упаковки.

Мы хотим улучшить качество жизни местных сообществ. Стремясь внести свой вклад в устойчивое развитие, мы сотрудничаем со всеми заинтересованными сторонами. В прошлом году мы реализовали более 20 экологических и социальных проектов, охватив ими более 300 тыс. человек по всей России. Система Coca-Cola в России инвестировала в сообщества более 128 млн рублей — в первую очередь, в развитие молодежи, общественное благосостояние и охрану окружающей среды.

Мы понимаем, что на протяжении всей истории компании мы были активным участником жизни различных сообществ

по всей стране: от потребителей до фермеров, поставляющих ингредиенты для наших напитков. Это помогло нам понять, что необходимо для того, чтобы приносить пользу нашим клиентам и поставщикам и быть ответственным членом сообществ, частью которых мы являемся. Поэтому мы решили включить в этот отчет мнения и истории наших потребителей и поставщиков, которые показывают, что нам всем по пути. Это люди разных профессий и с разными интересами, но все они работают вместе с нами на благо общества и все они вносят свой вклад в успех нашего бизнеса и устойчивое развитие страны.

Стефанос Вафеидис,
Генеральный директор
Coca-Cola HBC Россия

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ



Закупка ингредиентов и материалов

- Общее количество поставщиков, шт.
- Доля материалов, закупаемых у российских поставщиков



Охрана окружающей среды

- Потребление воды на литр продукции, л/л
- Потребление энергии, ГДж/л
- Образование отходов, г/л
- Доля отходов, отданных на переработку

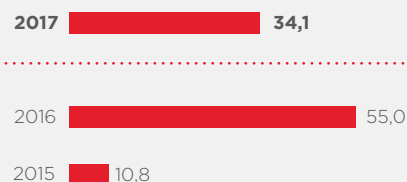
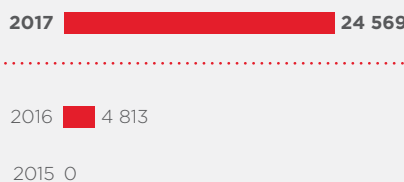
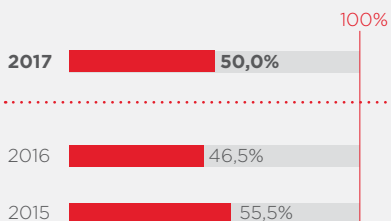


Развитие местных сообществ

Доля сотрудников, принявших участие в благотворительных и волонтерских программах и акциях

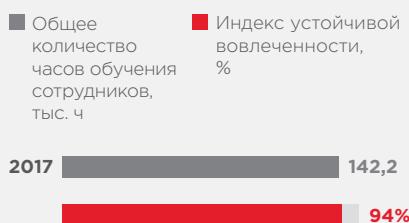
Количество собранного и переработанного мусора, т

Объем питьевой воды, переданной жертвам стихийных бедствий, тыс. л

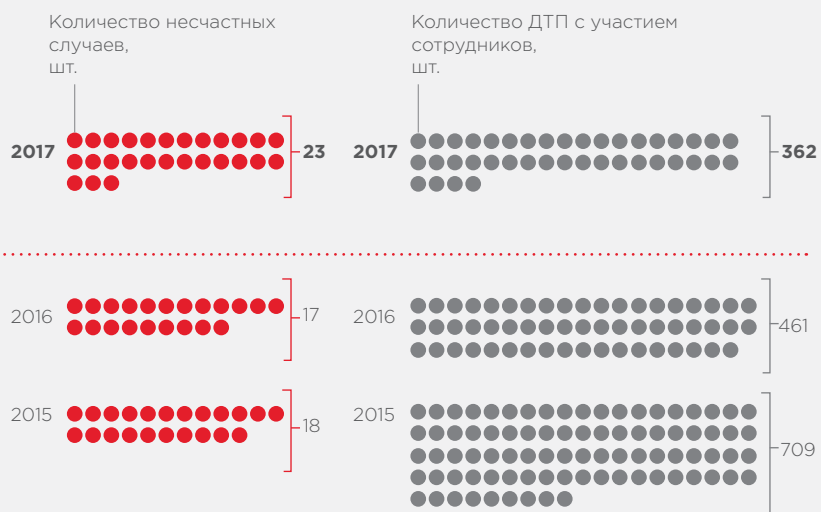




Персонал



Охрана труда и производственная безопасность



Объем крови, сданной сотрудниками в рамках донорских акций, л

2017 48

2016 150

2015 70

Количество городов, которые посетил «Рождественский караван», шт.

2017 69

2016 69

2015 83

01.

О КОМПАНИИ





2 231 МЛН Л

**объем продукции,
произведенной в 2017 г.**

ПОЛОЖЕНИЕ КОМПАНИИ В СИСТЕМЕ COCA-COLA И ГРУППЕ COCA-COLA HBC

Система Coca-Cola в России представлена компаниями ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» и ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг».

ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» (также Coca-Cola HBC Россия) входит в состав Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG (также Coca-Cola HBC AG) — одного из крупнейших в мире производителей продукции под товарными знаками The Coca-Cola Company. Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG в 2001 г. совершила покупку 100%-й доли российских предприятий The Coca-Cola Company, преобразовав их в ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия». С тех пор Россия является одной из 28 стран присутствия Группы Coca-Cola

Hellenic Bottling Company AG. В 2005 г. Coca-Cola HBC совместно с The Coca-Cola Company приобрела АО «Мултон» — один из ведущих российских производителей соков.

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» входит в группу компаний The Coca-Cola Company и отвечает за создание спроса благодаря развитию брендов и потребительскому маркетингу.

Система Coca-Cola в России — важнейший партнер для российского бизнеса и один из крупнейших инвесторов в национальную экономику, занимающий одну из лидирующих позиций по объему налоговых отчислений, закупок российских товаров и услуг, а также

по созданным рабочим местам. За время присутствия в России по 2016 год система Coca-Cola инвестировала в экономику страны 5,7 млрд долларов США.

5,7 МЛРД

долл. США инвестировала система Coca-Cola в экономику России

Место в Группе Coca-Cola HBC

COCA-COLA HBC AG

28
стран
присутствия

>29 тыс.
рабочих
мест

136
брендов в
продуктовом
портфеле

~600 млн
потребителей



COCA-COLA HBC РОССИЯ

10
заводов
в России

7,5 тыс.
рабочих
мест



ПРОДУКТОВЫЙ ПОРТФЕЛЬ

Компания предлагает широкий ассортимент продукции, чтобы соответствовать вкусам и потребностям каждого покупателя, включая безалкогольные газированные напитки, соки, нектары, морсы, холодный чай, спортивные и тонизирующие напитки, воды. Напитки Компании отличаются большим разнообразием вкусов, категорий и форматов, что позволяет потребителям найти тот продукт, который будет отвечать их запросам. Всего Компания производит 85 вариантов напитков под 12 различными брендами.

50% продуктового портфеля Компании приходится на газированные напитки, которые выпускаются под всемирно

известными брендами, такими как Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta, Sprite, Schweppes.

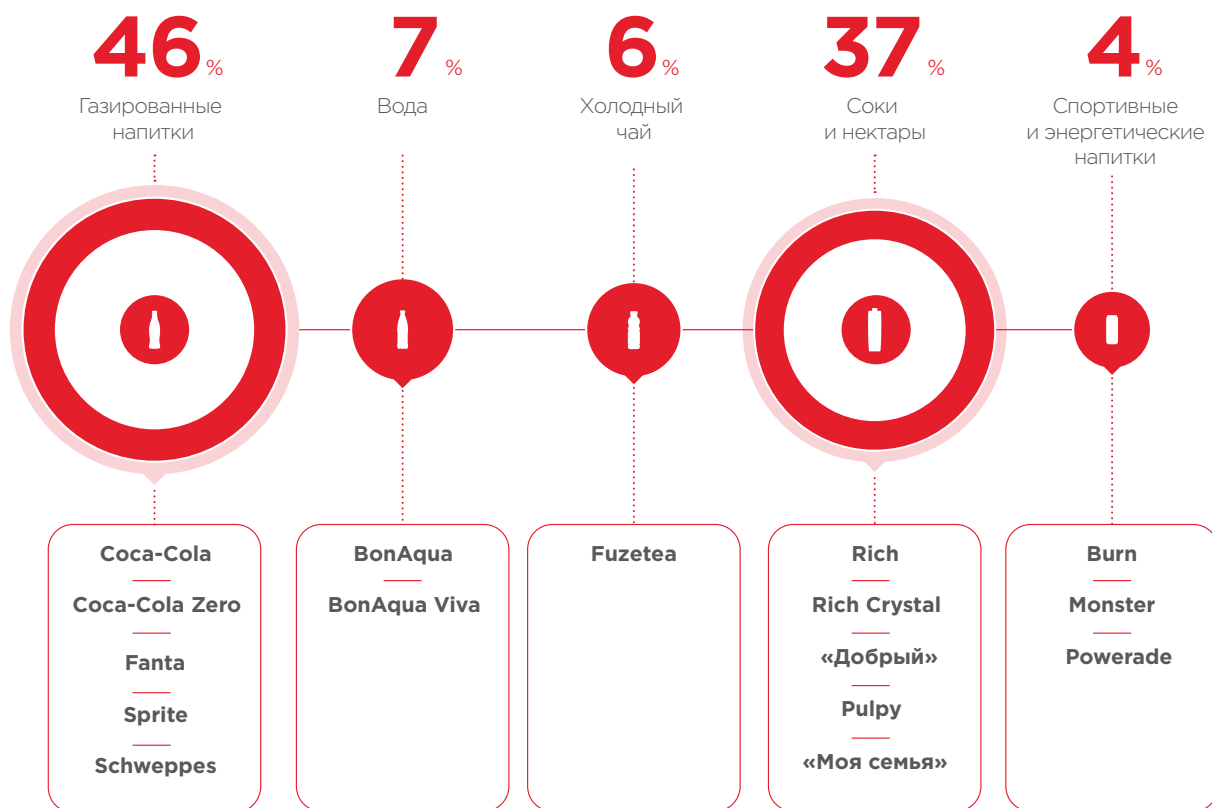
Негазированные напитки представлены широким ассортиментом продуктов от соков до энергетических напитков: соки и нектары Rich и «Добрый», Rich Crystal, морсы «Добрый», «Добрый» Уголки России, сокосодержащие напитки Pulpy и «Моя семья», компот «Моя семья», Fuzetea, Burn, Monster, Powerade.

Компания также выпускает питьевую воду под брендами BonAqua и BonAqua Viva.

50%

продуктового портфеля составляют газированные напитки

Структура продуктового портфеля по объему реализованной продукции в 2017 г.



ГЕОГРАФИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МАСШТАБ ОРГАНИЗАЦИИ

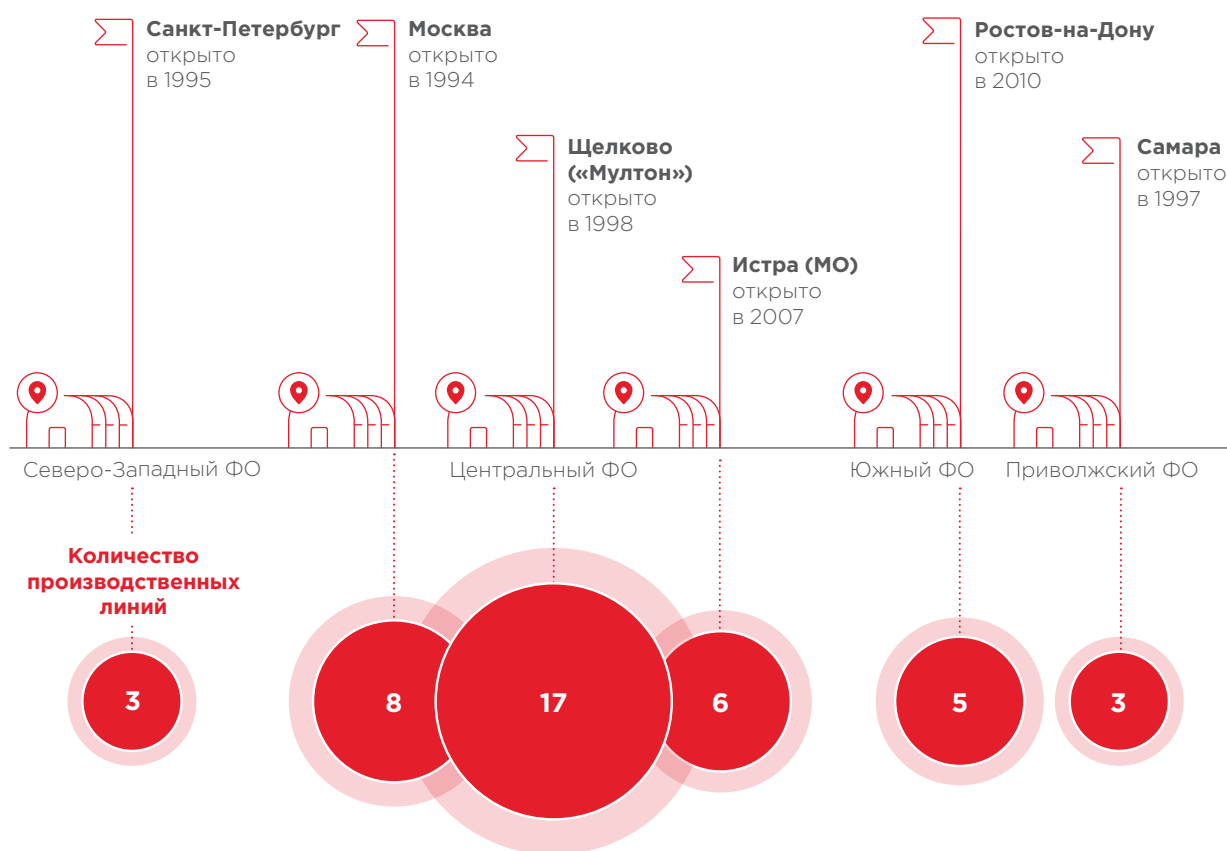
Coca-Cola HBC Россия обеспечивает своей продукцией более 60 млн человек по всей стране. В 2017 г. Компания производила напитки на 10 заводах в 9 регионах России. Самый крупный завод, принадлежащий АО «Мултон», расположен в Щелково и имеет 17 производственных

линий. Всего на конец 2017 г. на заводах Coca-Cola HBC Россия функционировало 52 производственных линии, на которых за год было изготовлено 2,2 млрд литров готовой продукции. Центральный офис Компании расположен в Москве, единый центр обслуживания — в Нижнем Новгороде.

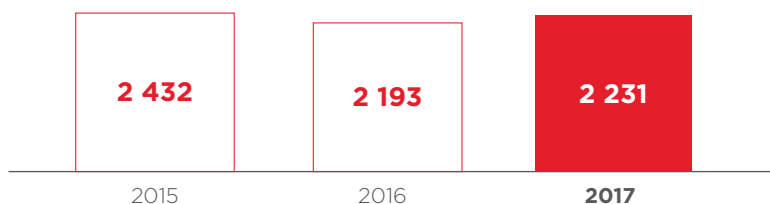


Центральный офис
Компании расположен
в Москве.

ПРОИЗВОДСТВО СОСА-COLA HBC РОССИЯ



Объем произведенной продукции в 2015–2017 гг., млн л



>2,2 МЛРД Л
объем продукции,
произведенной
в 2017 г.



КОМПАНИЯ ПРОИЗВОДИЛА НАПИТКИ НА 10 ЗАВОДАХ
В 9 РЕГИОНАХ РОССИИ. САМЫЙ КРУПНЫЙ ЗАВОД,
ПРИНАДЛЕЖАЩИЙ АО «МУЛТОН», РАСПОЛОЖЕН
В ЩЕЛКОВО И ИМЕЕТ 17 ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЛИНИЙ



52

производственных
линий



10

заводов в девяти
регионах



2,2

млрд л

готовой
продукции

>60

млн чел.

охват потребителей
Coca-Cola HBC
Россия

МИССИИ, ЦЕННОСТИ И ПОДХОД К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ

Главная цель Coca-Cola HBC Россия — быть бесспорным лидером на рынке безалкогольных напитков в стране. Компания уверенно идет к этой цели и ведет бизнес, четко следуя принципам корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, которые находят отражение во всех аспектах деятельности Компании. Корпоративные ценности — это то, что мотивирует всю команду Coca-Cola HBC Россия на достижение высоких результатов и выделяет ее среди других.

Компания создает ценность для заинтересованных сторон и за счет этого создает

долгосрочное конкурентное преимущество для своего бизнеса. Тесное взаимодействие с заинтересованными сторонами позволяет Компании определять наиболее важные для общества аспекты бизнеса и формировать цели и обязательства в области устойчивого развития. На данный момент они относятся к таким областям, как обращение с отходами, использование воды и энергии, сокращение выбросов парниковых газов, использование сырья из ответственных источников и инвестиции в сообщества. Подход Coca-Cola HBC Россия предполагает достижение этих целей и выполнение этих обязательств до 2020 г.

Для Компании важно, чтобы все сотрудники и поставщики в своей работе руководствовались принципами корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития. Поэтому в рамках оценки персонала и контрагентов Компания рассматривает и вопрос соответствия этим принципам. Компания придерживается передовых принципов корпоративного управления и регулярно сообщает о достигнутых на пути к поставленным целям результатах, а также предоставляет заинтересованным сторонам другую актуальную и прозрачную информацию о своей деятельности.

Ценности и принципы корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития Coca-Cola HBC Россия





УЧАСТИЕ ВО ВНЕШНИХ ИНИЦИАТИВАХ

Coca-Cola HBC Россия принимает активное участие в жизни сообществ и состоит в 23 организациях различного уровня, среди которых Союз производителей безалкогольных напитков и Российский союз промышленников и предпринимателей. Сотрудничество

с некоммерческими организациями помогает Компании вести диалог с заинтересованными сторонами и вносить свой вклад в совершенствование законодательного регулирования российского рынка безалкогольных напитков.

23

некоммерческие организации-партнера

Участие Компании в некоммерческих организациях в 2017 г.

Coca-Cola HBC Россия: федеральный уровень

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Некоммерческая ассоциация «Промышленность за экологию» • Союз производителей безалкогольных напитков • Содружество «РусБренд» | <ul style="list-style-type: none"> • Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России • Европейская ассоциация директоров по коммуникациям | <ul style="list-style-type: none"> • Российский союз производителей соков (РСПС) • Российский союз промышленников и предпринимателей |
|---|---|--|

Coca-Cola HBC Россия: региональный уровень

Москва и Северо-Запад:	Центр и Юг:	Урал, Сибирь и Дальний Восток:
• Московская торгово-промышленная палата • Московская международная бизнес-ассоциация • Национальная ассоциация автоматизированной торговли • Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата • Американская торговая палата в Санкт-Петербурге • Санкт-Петербургская международная бизнес-ассоциация	• Союз работодателей Ростовской области • Нижегородская торгово-промышленная палата • Организация международного сообщества Нижегородской области ICANN • Ростовская торгово-промышленная палата • Южный региональный комитет Ассоциации европейского бизнеса	• Совет директоров Центрального района Красноярск • Новосибирская торгово-промышленная палата • Приморская торгово-промышленная палата • Центрально-Сибирская торгово-промышленная палата • Дальневосточная ассоциация производителей минеральной воды и напитков • Уралпищепром

АО «Мултон»

- Российский союз производителей соков (РСПС)

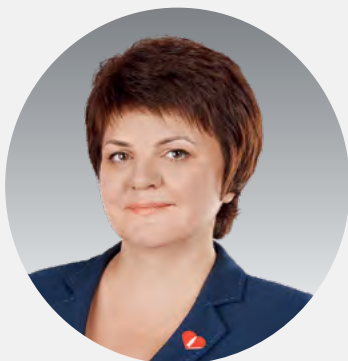


02.

СТРАТЕГИЯ И ВИДЕНИЕ

85

**вариантов напитков
предлагает Компания
потребителям**



Как принятие новой стратегии меняет компанию?

«Мы посвятили этот год интеграции новой стратегии во все наши бизнес-процессы, ее осмыслению и воплощению в жизнь. Предпочтения наших потребителей меняются, и Coca-Cola готова меняться вместе с ними, предлагая каждому напиток по вкусу. Потребитель и его желания — в центре нашей стратегии, и мы стремимся донести наше новое видение до всех заинтересованных сторон: сотрудников, клиентов, бизнес-партнеров. Мы разрабатываем новые и улучшаем существующие рецепты продуктов, сокращаем содержание сахара в наших напитках, даем полную информацию о составе продукта на упаковке, таким образом предоставляя каждому возможность сделать осознанный выбор. Впереди нас ждет много вызовов и задач, но качественно новый шаг навстречу потребителю мы уже сделали».

Ирина Архипова,
Директор по внешним связям
и коммуникациям
Coca-Cola HBC Россия



Какие ценности компании Coca-Cola HBC вы считаете наиболее значимыми?

«Одной из ключевых ценностей METRO является устойчивое развитие. Мы руководствуемся ей во всех аспектах нашей деятельности: в работе с нашими клиентами, партнерами и сообществом. Отрадно осознавать, что наше многолетнее и плодотворное сотрудничество с Coca-Cola HBC базируется на принципах устойчивого развития и, благодаря этому, позволяет достигать выдающихся результатов».

Джери Калмс,
Генеральный директор
Metro Cash & Carry Россия



Как новые ценности компании Coca-Cola HBC помогают строить долгосрочные партнерские отношения?

«Многолетние партнерские отношения, связывающие нас с компанией Coca-Cola HBC, основаны на общих ценностях и общих подходах к ответственному ведению бизнеса. Компания «Лента», как и Coca-Cola HBC, ставит заботу о наших потребителях на первое место при движении к цели, и это является главным компонентом формулы достижения успеха».

Ян Дюннинг,
Генеральный директор
«Ленты»



“

**НАШЕ МНОГОЛЕТНЕЕ
И ПЛОДОТВОРНОЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО
С СОСА-COLA HBC БАЗИРУЕТСЯ
НА ПРИНЦИПАХ УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ И, БЛАГОДАРЯ
ЭТОМУ, ПОЗВОЛЯЕТ ДОСТИГАТЬ
ВЫДАЮЩИХСЯ РЕЗУЛЬТАТОВ**

Джери Калмс

СТРАТЕГИЯ И ВИДЕНИЕ

В основе глобальной стратегии The Coca-Cola Company лежит стабильный рост — ведь только развитие поможет достичь долгосрочных планов, позволив Компании процветать и расти.

Ключ к реализации глобальной стратегии — новая модель управления: более динамичная, гибкая, эффективная, использующая современные технологии.

The Coca-Cola Company имеет солидную экспертизу в маркетинге, исследованиях рынков, инновациях и развитии брендов. Партнеры-бottлеры — профессионалы в сложнейшем процессе розлива напитков и их продажи. The Coca-Cola Company верит, что каждый должен заниматься тем, что умеет лучше других, и именно поэтому уже несколько лет по всему миру сокращает собственные производственные мощности и увеличивает количество партнеров-бottлеров.

Вкусы потребителей меняются изо дня в день, и чтобы соответствовать их новым ожиданиям,

Компания также должна постоянно меняться. Для долгосрочного и сбалансированного развития бизнеса Coca-Cola HBC Россия фокусирует свою деятельность на трех стратегических направлениях: расширении продуктового портфеля, развитии Компании на рынке и увеличении темпов роста выручки. Мы понимаем, что для устойчивого развития бизнеса забота о потребителе и качество продукции должны иметь не меньшее значение, чем задачи по увеличению объемов продаж и выручки. Поэтому мы предлагаем потребителям то, что они хотят пить, а не то, что нужно продать. Двигаясь навстречу ожиданиям потребителей, мы расширяем продуктовый портфель и предлагаем большой выбор напитков на все случаи жизни.

“

КЛЮЧ К РЕАЛИЗАЦИИ ГЛОБАЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ — НОВАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ: БОЛЕЕ ДИНАМИЧНАЯ, ГИБКАЯ, ЭФФЕКТИВНАЯ, ИСПОЛЬЗУЮЩАЯ СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ



1 РАЗВИТИЕ НА РЫНКЕ

- Высочайший уровень обслуживания клиентов
- Присутствие наших брендов в каждой торговой точке



2 РОСТ КАТЕГОРИИ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

- Широкий выбор бескалорийных и низкокалорийных напитков
- Новые рецепты
- Сокращение сахара
- Удобная упаковка разного размера
- Размещение доступной информации на упаковке

РЕСУРСЫ



Человеческие ресурсы

Знания и навыки персонала важны для всех аспектов нашего бизнеса



Природные ресурсы

Вода, энергия, алюминий необходимы для производства нашей продукции



Производство

Нам нужны производственные и логистические ресурсы, позволяющие изготавливать напитки, которые соответствуют ожиданиям потребителей



Финансовые показатели

Нам нужны достаточные финансовые ресурсы и оптимальное соотношение между акционерным и заемным капиталом, а также доступ к рынку рефинансирования



Интеллектуальная собственность

Наша интеллектуальная собственность включает права на упаковку и продукцию



Корпоративная социальная ответственность

Мы работаем благодаря доверию наших заинтересованных сторон и нашей репутации



3 УВЕЛИЧЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА ВЫРУЧКИ

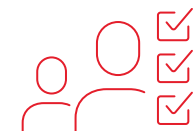
- Наращивание доли упаковки небольшого размера в общем объеме продаж
- Особое внимание наиболее востребованным напиткам



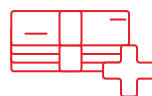
РЕЗУЛЬТАТЫ



**Вклад в экономику
регионов присутствия**



**Создание
рабочих мест**



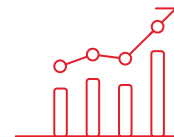
**Заработная плата
и льготы персонала**



**Доходы поставщиков
и подрядчиков**



**Благополучие
местных сообществ**



**Рост прибыльности
бизнеса клиентов
и партнеров**

РОСТ КАТЕГОРИИ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Люди по всему миру стремятся вести сбалансированный образ жизни, и мы идем в ногу с этими тенденциями. Во-первых, мы расширяем свой продуктовый ассортимент, предлагая бескалорийные и низкокалорийные напитки. Во-вторых, мы предлагаем упаковку как маленького, так и большого размера и приводим полную информацию о составе и калорийности напитка, чтобы

людям было легче контролировать потребление сахара. Кроме того, мы постоянно совершенствуем рецептуру и работаем над внедрением новых напитков. Наша стратегия расширения продуктового портфеля затрагивает как то, что делается «внутри бутылочки», то есть сами напитки, так и то, что делается «вне бутылочки», например упаковку и подходы к маркетингу.

85

**вариантов напитков
в продуктовом
портфеле Компании**



**МЫ РАСШИРЯЕМ СВОЙ
ПРОДУКТОВЫЙ АССОРТИМЕНТ,
ПРЕДЛАГАЯ БЕСКАЛОРИЙНЫЕ
И НИЗКОКАЛОРИЙНЫЕ НАПИТКИ**



РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ

Российский рынок розничной торговли за последние десять лет сильно изменился: многократно возросла роль гипермаркетов и супермаркетов как основных точек продаж. Увеличивается количество отелей, ресторанов, кафе, широкие возможности для продаж и доставки предоставляет теперь Интернет. С другой стороны, утратили свою значимость такие важные в прошлом каналы продаж, как киоски и рынки. Ситуация меняется, и теперь для Компании самое важное — адаптировать свою бизнес-модель таким образом, чтобы она отвечала новым вызовам и позволяла сохранить лидирующие позиции по категориям. Анализ на предмет соответствия бизнес-модели Компании тенденциям рынка, ожиданиям клиентов и партнеров, а также лучшим отраслевым практикам позволил увидеть много новых возможностей — как по развитию дополнительных каналов сбыта, так и по увеличению эффективности внутри Компании.

Новый подход к модели продаж превратился из набора тактических действий, решающих лишь сиюминутные проблемы, в эффективный бизнес-процесс, который ставит своей главной задачей обеспечить высочайший уровень обслуживания клиентов и присутствие наших брендов в каждой торговой точке. Подход включает в себя не только дистрибуцию, но и все процессы внутри Компании, касающиеся работы с клиентами на рынке: как мы доставляем товар в торговые точки, как взаимодействуем с ключевыми заказчиками, как осуществляем мерчандайзинг и т.д. Компания уверена, что новая модель продаж позволит повысить уровень удовлетворенности клиентов самым быстрым и эффективным способом и обеспечить устойчивый рост прибыли в последующие годы.

УВЕЛИЧЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА ВЫРУЧКИ

21

Чтобы идти в ногу с потребностями покупателей и в то же время увеличивать выручку, Компания наращивает долю мелкой упаковки в общем объеме продаж и уделяет особое внимание наиболее востребованным напиткам. Также Компания активно проводит промоакции для продвижения продукции в мелкой упаковке и соблюдает стандарты мерчандайзинга в холодильнике для стимулирования порционного потребления различных категорий напитков в мелкой упаковке.



03.

ОТВЕТСТВЕННОЕ ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ





98 %

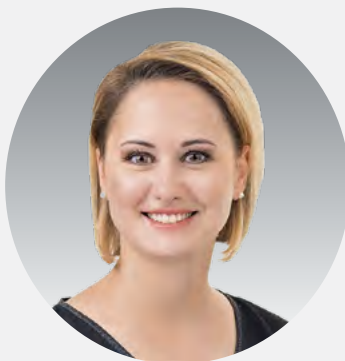
**доля закупок у местных
поставщиков**



Как требования в области экологии, охраны труда и трудовых отношений Coca-Cola HBC помогают развиваться участникам цепочки поставок?

«Мы осознаем, что в качестве одной из ведущих компаний на рынке являемся амбассадорами в области социальной ответственности, защиты экологии и окружающей среды. Совместно с нашими поставщиками мы работаем над уменьшением объемов попадающих в биосферу загрязняющих веществ, увеличением количества и улучшением качества пригодных к использованию природных ресурсов, заботимся о безопасности рабочих мест, делая нашу страну, место, где мы живем и работаем, лучше, а бизнес наших партнеров — прозрачнее и устойчивее. На текущий момент в нашей базе более 4 тысяч поставщиков товаров и услуг, работающих на территории всей страны. Вклад даже 10% от этого числа — огромен и неоценим. Мы предлагаем нашим поставщикам и партнерам двигаться вперед бок о бок с нами и вместе заботиться о будущем нашей страны и наших детей».

Михаил Попов,
Директор по закупкам
Coca-Cola HBC Россия



Как Coca-Cola HBC влияет на развитие социальных и экологических практик в вашей компании?

«Многолетнее сотрудничество с компанией Coca-Cola HBC благотворно влияет на развитие социальных и экологических практик в нашей компании. За последние пять лет было реализовано много проектов в области ресурсоэффективности. Например, мы существенно снизили объемы потребления воды из природных источников на сахарных заводах за счет внедрения систем сбора конденсата и увеличения площади градирен. Мы также ведем работу по снижению объемов отходов сырого жома, снижаем потребление энергоресурсов и выбросов CO₂. С момента начала нашего сотрудничества с Coca-Cola HBC изменилось и отношение сотрудников к социальным и экологическим аспектам бизнеса. Такие совместные проекты, как проведение социальных аудитов, оказали положительное влияние на уровень сознательности наших работников в области безопасности и экологии».

Эльвира Кошон,
Менеджер по работе с ключевыми клиентами Sucden



“

**МЫ СУЩЕСТВЕННО
СНИЗИЛИ ОБЪЕМЫ
ПОТРЕБЛЕНИЯ ВОДЫ
ИЗ ПРИРОДНЫХ
ИСТОЧНИКОВ
НА САХАРНЫХ
ЗАВОДАХ ЗА СЧЕТ
ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМ
СБОРА КОНДЕНСАТА
И УВЕЛИЧЕНИЯ
ПЛОЩАДИ ГРАДИРЕН**

Эльвира Кошон

Соса-Кола НВС работает в 28 странах Европы, Азии и Африки. На территории России компания осуществляет деятельность через общество с ограниченной ответственностью «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия».

Единоличным исполнительным органом, отвечающим за оперативное руководство, является генеральный директор. В административном подчинении и прямой подотчетности у генерального директора находятся директора служб и главы подразделений. За управление отдельными аспектами деятельности компании в области устойчивого развития на уровне страны отвечают следующие должностные лица: за экологические вопросы — директор по снабжению; за социальные вопросы — директор по внешним связям и коммуникациям; за экономические вопросы — финансовый директор.

Совет директоров как орган управления в Соса-Кола НВС Россия отсутствует, так как он не является обязательным для общества с ограниченной ответственностью, по российскому законодательству. Совет директоров в составе 12 членов учрежден на уровне головной компании Группы — Соса-Кола Hellenic Bottling Company.

В 2005 г. в состав Группы Соса-Кола НВС вошло АО «Мултон». АО «Мултон» является самостоятельным обществом, руководство которым единолично осуществляет генеральный директор.

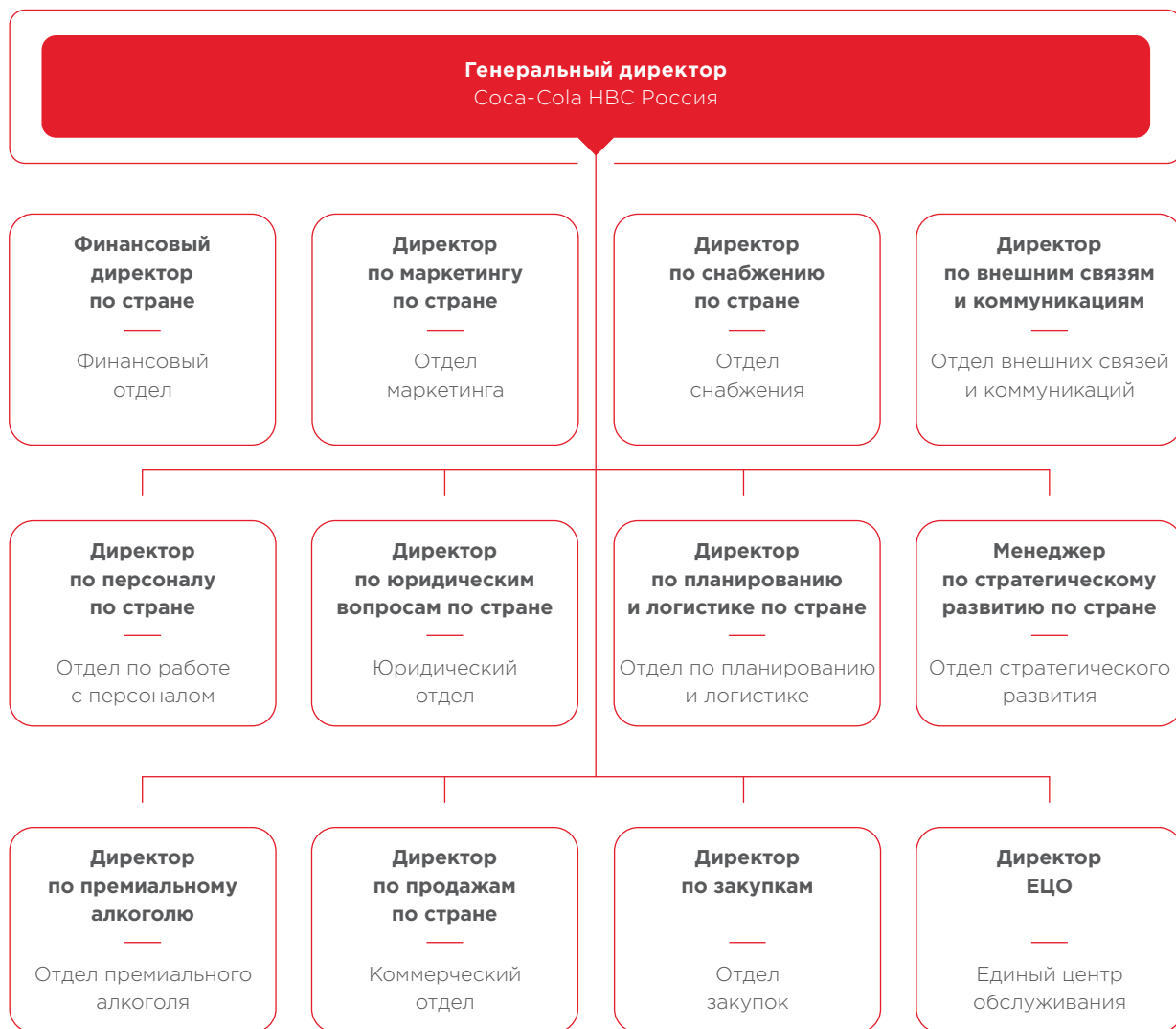
28

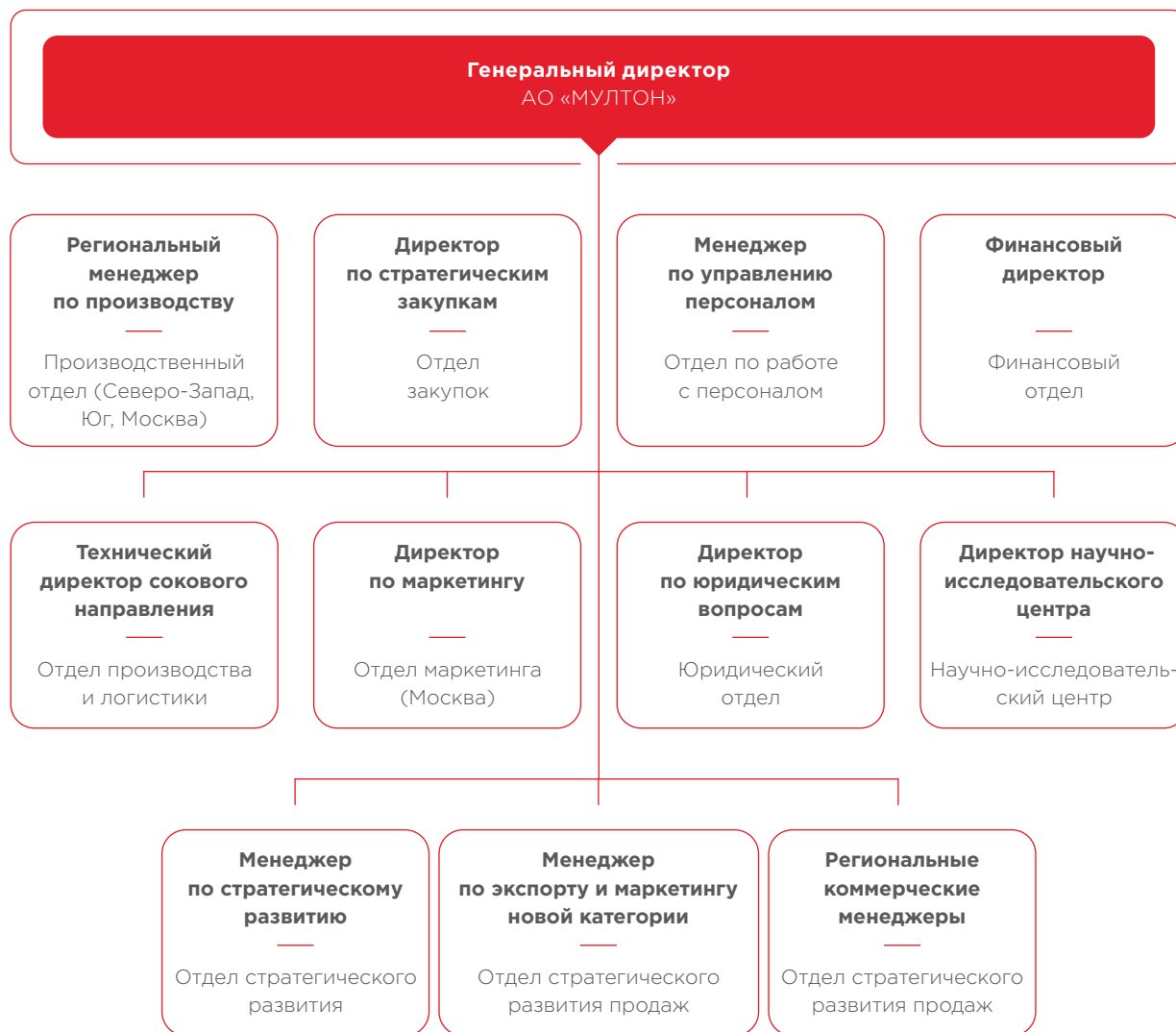
стран Европы, Азии и Африки, где работает Соса-Кола НВС

“

**СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ В СОСТАВЕ 12 ЧЛЕНОВ
УЧРЕЖДЕН НА УРОВНЕ ГОЛОВНОЙ
КОМПАНИИ ГРУППЫ — СОСА-COLA HELLENIC
BOTTLING COMPANY**

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА СОСА-COLA НВС РОССИЯ





ДЕЛОВАЯ ЭТИКА И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ

Для Coca-Cola HBC Россия очень важно вести бизнес честно и с уважением к обществу. Компания строго следует принципам деловой этики и имеет хорошо налаженные процессы для управления финансовыми и нефинансовыми показателями. Такой подход формирует репутацию Компании и доверительное отношение к ней.

Все сотрудники регулярно проходят обучение правилам Кодекса делового поведения и практикам противодействию коррупции как дистанционно, так и в учебных классах. Для сотрудников, находящихся в зоне высокого риска, проводится дополнительное обучение методам противодействия коррупции. Основные положения антикоррупционной политики также включены в стандартные договоры с поставщиками и подрядными организациями. Также в Компании разработана специальная процедура антикоррупционной оценки третьих сторон, которые представляют ее интересы в органах государственной власти.

В случае нарушения положений Кодекса делового поведения сотрудник обязан сообщить об этом любым удобным способом, например через «горячую линию» «Говорите открыто!» (сайт <http://www.coca-colahellenic.ethicspoint.com> и/или по телефону), в ходе проведения аудитов, тестирования внутренних средств контроля или лично. Принятые жалобы, не относящиеся к соблюдению Кодекса делового поведения, направляются для дальнейшей надлежащей обработки в соответствующие подразделения. Все жалобы, связанные с возможным нарушением Кодекса делового поведения, расследуются в соответствии с Руководством для работы с обращениями о нарушениях Кодекса делового поведения.

Надзор за соблюдением этических норм осуществляется на уровне Группы Coca-Cola HBC ее финансовым директором и директором по юридическим вопросам, а также Аудиторским комитетом при Совете директоров. Ответственность за соблюдение этических норм в Компании несет юридическая служба. Отдел по работе с персоналом отвечает за обучение сотрудников. Все процессы, связанные с противодействием коррупции, в Компании контролирует юридическая служба. В 2017 г. был зафиксирован единичный случай нарушения антикоррупционной политики, по результатам расследования инцидента были приняты дисциплинарные меры.



**ДЛЯ СОТРУДНИКОВ, НАХОДЯЩИХСЯ
В ЗОНЕ ВЫСОКОГО РИСКА, ПРОВОДИТСЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ МЕТОДАМ
ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ**

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

Компания ведет свою деятельность в современной бизнес-среде, где существуют десятки различных рисков, которые могут отрицательно сказаться на финансовых результатах. Максимально снизить уровень угроз и при этом не упустить имеющиеся возможности призвана система управления рисками, функционирующая как на уровне Группы, так и на уровне страны.

Руководство Программой по управлению рисками Группы осуществляет директор по управлению рисками. Он находится в тесном взаимодействии с владельцами рисков в подразделениях. Окончательную ответственность за систему управления рисками и внутреннего контроля в Группе, а также периодическую оценку их эффективности, несет Совет директоров Группы.

Ответственность за создание и эффективное функционирование системы управления рисками и системы внутреннего контроля на уровне Группы закреплена за Советом директоров. Он также утверждает риск-аппетит Группы и ежеквартально рассматривает результаты анализа существующих рисков, чтобы быть уверенным в том, что она эффективно управляет ключевыми рисками и делает это в соответствии со своими стратегическими целями и задачами.

Надзор за этим направлением работы осуществляет Комитет по аудиту и Комитет по рискам, тогда как Совет директоров отвечает за результат и решение всех существенных вопросов.

В 2017 г. Группа продолжила интегрировать Программу управления рисками в корпоративную культуру. Программа должна повысить уровень осведомленности сотрудников всех уровней о том, как следует применять основные принципы управления рисками. Информирование персонала о ключевых рисках помогает находить новые пути для развития бизнеса и лежит в основе стратегии эффективного управления рисками.

Группа определяет для себя перечень ключевых рисков в области устойчивого развития бизнеса. Такие риски релевантны, с учетом региональных аспектов, для всех 28 стран присутствия, включая Россию. Далее перечислены ключевые риски Coca-Cola HBC Россия в области устойчивого развития.



Ответственность за создание и эффективное функционирование системы управления рисками и системы внутреннего контроля на уровне Группы закреплена за Советом директоров.

Таблица 1. Риски в области устойчивого развития Coca-Cola HBC Россия¹

Описание	Возможное влияние	Действия, которые предпринимает Группа
Изменение предпочтений потребителей		
Недостаточно оперативная адаптация к современным трендам, связанным со стремлением потребителей к ведению сбалансированного образа жизни	- Потеря потребителей - Снижение доверия к бренду	- Развитие инноваций и расширение продуктового портфеля - Расширение ассортимента низкокалорийных и бескалорийных напитков - Снижение объема стандартной упаковки - Сокращение калорийности напитков - Повышение информативности маркировки упаковки - Содействие сбалансированному образу жизни через программы взаимодействия с потребителями
Снижение потребительского спроса		
Сложные и неустойчивые макроэкономические, политические и социальные условия	- Потеря доверия потребителей и последующее снижение спроса - Давление инфляции - Социальная нестабильность - Безопасность людей и безопасность активов	- Мероприятия, имеющие своей целью предложить правильный бренд по оптимальной цене в удобной упаковке через правильный канал - Надежные методы и процедуры по обеспечению безопасности для защиты людей и активов - Стратегии реагирования на кризисные ситуации и обеспечения непрерывности деятельности
Воздействие на климат и водные ресурсы, обращение с отходами		
Неполное соответствие действий Компании в области регулирования воздействия на климат и водные ресурсы и управления отходами ожиданиям заинтересованных сторон	- Долгосрочный ущерб репутации Компании - Снижение рентабельности бизнеса	- Сбор отходов упаковки у потребителей, переработка отходов - Использование возобновляемых источников энергии - Повышение энергоэффективности активов - Управление водными ресурсами
Управление качеством		
Возникновение проблем, связанных с качеством или порчей продукции	- Ущерб бренду и репутации Компании - Потеря доверия потребителей - Снижение объемов продаж и чистой выручки	- Системный контроль качества продукции - Надежные системы реагирования, позволяющие быстро и эффективно решать вопросы качества и гарантировать его для клиентов и потребителей продукции Компании
Законодательное регулирование		
Несоблюдение Компанией или связанными с ней сторонами законодательства страны присутствия	- Ущерб репутации Компании - Финансовые штрафы - Расходы на решение юридических споров	- Ежегодное разъяснение позиции руководства - Обучение и повышение осведомленности о Кодексе делового поведения - Обучение по вопросам антикоррупционной политики - Проведение внутреннего аудита - Система внутреннего контроля - Горячая линия для сообщений о нарушениях - Постоянный диалог юридической службы с регуляторами

Описание	Возможное влияние	Действия, которые предпринимает Группа
Привлечение кадров		
Неспособность привлечь и удержать достаточное количество квалифицированных и опытных сотрудников на высококонкурентном рынке труда	• Невыполнение планов по росту и развитию	• Развитие бренда работодателя • Воспитание в Компании кадров для занятия ключевых позиций • Развитие лидерства и талантов • Поиск общих ценностей с сообществами для формирования представления о Компании как об ответственном работодателе
Вовлеченность сотрудников		
Низкая вовлеченность сотрудников	• Невыполнение планов по росту и развитию	• Устранение препятствий для повышения производительности труда • Улучшение благосостояния сотрудников • Развитие лидерских навыков руководителей для роста мотивации внутри коллективов • Создание инклюзивной среды, позволяющей каждому сотруднику реализовать свой потенциал
Стратегические отношения с деловыми партнерами		
Прекращение действующих соглашений или невыгодные условия продления договоров	• Отрицательное влияние на прибыльность бизнеса	• Постоянный контроль эффективности взаимодействия со стратегическими партнерами со стороны руководства • Совместная работа с партнерами в целях развития и роста • Вовлечение партнеров в совместные проекты и бизнес-планирование для решения стратегических вопросов • Проведение форумов с участием высшего руководства Компании и заинтересованных сторон
Охрана труда и безопасность		
Управление безопасностью сотрудников Компании, подрядчиков и поставщиков, в особенности при осуществлении наземных и морских перевозок	• Смертность и травматизм работников Компании и подрядчиков, а также третьих лиц • Снижение мотивации и вовлеченности сотрудников	• Разработка производственных программ, процедур и политик • Надзор за работой сотрудников и подрядных организаций

¹ Более подробную информацию о рисках, присущих Группе Coca-Cola HBC, можно найти в Интегрированном годовом отчете Группы за 2017 г.: https://coca-colahellenic.com/Campaigns/AnnualReport2017/assets/pdf/COC122_CCH_IAR_2017_Final_Web_Ready_PDF_180315.pdf.

ОЦЕНКА РИСКОВ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ

Деятельность различных заинтересованных сторон, от регулирующих органов, поставщиков и клиентов до научного сообщества, некоммерческих организаций, сообществ и СМИ, может повлиять на деятельность Coca-Cola HBC Россия и, следовательно, ее способность создавать ценность в настоящем и будущем. В свою очередь представители заинтересованных сторон могут подвергаться влиянию со стороны Компании. Для оценки этого влияния Компания использует комплексный процесс оценки факторов окружения для создания карты заинтересованных сторон, оказывающих влияние на ее деятельности.



Виды отношений между заинтересованными сторонами и Компанией и степень их влияния

Активное вовлечение

- Администрация района, города
- Coca Cola HBC Россия, директор по устойчивому развитию
- Клиенты, дистрибьюторы
- Представители трудового коллектива
- Потребители

Активно и полностью вовлечены в процесс планирования, прогнозирования и реализации программ на регулярной основе

Вовлечение при необходимости

- Кредиторы и инвесторы
- Страховые компании
- Поставщики и подрядчики
- Монополисты
- Общественные организации, СМИ

Должны вовлекаться в партнерские отношения и в рабочий процесс и при необходимости информироваться о результатах деятельности

Регулярное информирование

- Научное сообщество

Должны активно вовлекаться в процесс развития КСО и информироваться на регулярной основе

Контроль

- Соседи
- Другие поставщики
- Арендодатели

Должны находиться под контролем и при необходимости информироваться

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ

Coca-Cola HBC Россия осознает свою роль и ответственность в формировании взаимовыгодных отношений со всеми группами заинтересованных сторон. Анализ и учет их мнения при принятии бизнес-решений практикуется в Компании уже много лет.

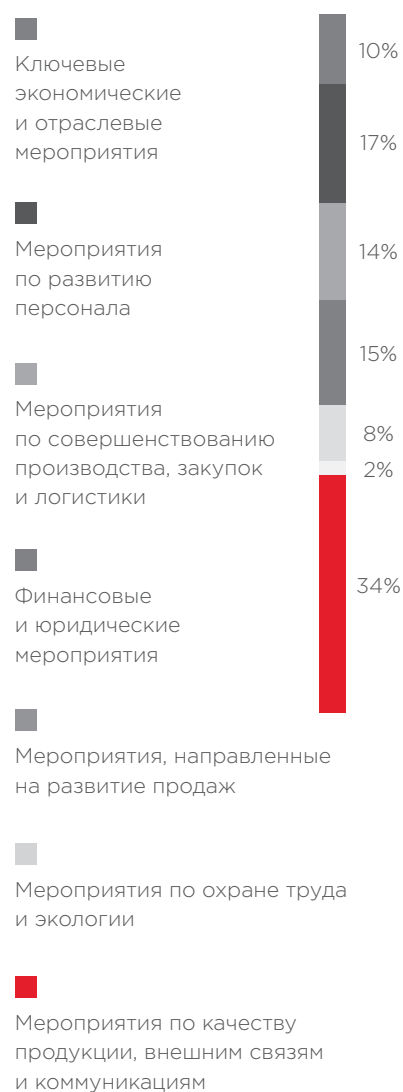
Чтобы всегда соответствовать ожиданиям клиентов и эффективно реагировать на изменения на рынке безалкогольных напитков, Компания изучает влияние клиентов на свою деятельность. Специальные исследования на эту тему проводит как The Coca-Cola Company, так и внешние эксперты. Результаты таких исследований позволяют выявить наиболее важные для клиентов вопросы. Например, если у кого-то вызывает нарекания качество продукции, то Компания принимает ответные меры и ужесточает контроль за качеством напитков, а затем информирует об этом клиента.

Взаимодействие с заинтересованными сторонами часто осуществляется в рамках крупных международных и отраслевых мероприятий, на которых всегда широко представлены все подразделения Компании. В 2017 г. сотрудники Coca-Cola HBC Россия приняли участие в 121 мероприятии, 10% из них посетили представители высшего руководства. В 2017 г. топ-менеджеры Компании стали участниками Российского инвестиционного форума в Сочи, Гайдаровского форума,

Петербургского международного экономического форума, Недели российского ритейла и других важных мероприятий.

Для укрепления доверия со стороны всех заинтересованных сторон Компания регулярно раскрывает информацию о своей деятельности в области устойчивого развития в отдельном отчете, а также на корпоративном интернет-портале. Компания следует передовым практикам в области нефинансовой отчетности и сопровождает подготовку каждого отчета об устойчивом развитии публичными общественными слушаниями. Такое мероприятие проводится для бизнес-партнеров, клиентов, поставщиков, представителей органов исполнительной власти и иных заинтересованных сторон. Каждый участник может поделиться своим мнением в отношении раскрытой информации и внести свои предложения по совершенствованию отчетности. По итогам слушаний Компания дорабатывает отчет в соответствии с полученными рекомендациями и учитывает их при подготовке отчетности следующих периодов.

Типы крупных мероприятий с участием Coca-Cola HBC Россия в 2017 г.



ЗАКУПКИ

Закупки являются основополагающей частью бизнеса — от них во многом зависит качество производимой продукции и сервиса. Закупки присутствуют почти во всех сферах деятельности Компании, от обеспечения необходимыми ресурсами заводов до доставки продукции в точки продаж.

Служба закупок — важнейший партнер операционных подразделений Компании, находящийся в постоянном поиске новых решений и путей совершенствования уже существующих процессов. Функции этой службы не ограничиваются выбором поставщиков. Служба также проводит оценку результативности их работы и регулярно предоставляет им обратную связь. Благодаря этому повышается уровень обслуживания Компании

и у нее появляется больше возможностей для устойчивого развития бизнеса вместе со своими деловыми партнерами.

Совершенствование процессов отбора поставщиков и подрядных организаций и управления отношениями с ними в соответствии с передовыми практиками в области устойчивого развития стало одним из ключевых направлений закупочной деятельности в 2017 г.



Функции службы закупок не ограничиваются выбором поставщиков. Служба также проводит оценку результативности их работы и регулярно предоставляет им обратную связь.

ОЦЕНКА ПОСТАВЩИКОВ ПО КРИТЕРИЯМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Оценка показателей устойчивого развития при отборе поставщиков ингредиентов и материалов является многолетней практикой Компании. Основным критерием при этом является наличие авторизации со стороны The Coca-Cola Company, которая необходима при закупке ингредиентов и первичной упаковки, непосредственно контактирующей с напитками. При авторизации поставщик проходит аудит на соответствие ингредиентов и материалов требованиям к качеству, установленным The Coca-Cola Company, тестирование ингредиентов и материалов, а также социальный аудит. При проведении социального аудита проверяется соответствие

поставщика требованиям корпоративной социальной ответственности, заложенным в Руководящих принципах для поставщиков The Coca-Cola Company (Supplier Guiding Principles) и отражающим приверженность общим ценностям и этическим нормам.

В Coca-Cola HBC Россия разработаны собственные требования к поставщикам, которые включают в себя наличие системы управления качеством в соответствии со стандартом ISO 9001, проведение оценки рисков и внутреннего аудита в области качества и пищевой безопасности, наличие утвержденного порядка контроля и мониторинга производственных



**С 2017 г.
на ежегодной
основе проводится
оценка всех
поставщиков
Компании
по критериям
устойчивого
развития**

процессов, использование только разрешенных законодательством и спецификациями химических добавок, планирование и управление разработкой новых видов продукции, включая их анализ, верификацию и валидацию и т.д.

С 2017 г. на ежегодной основе проводится оценка всех поставщиков Компании по критериям устойчивого развития как при прямых, так и при не прямых закупках. При принятии решения о заключении договора с поставщиком в рамках прямых закупок результаты оценки по критериям устойчивого развития имеют существенный вес, увеличившийся с 10% до 15% в отчетном году.

Критерии устойчивого развития используются и при оценке поставщиков в рамках не прямых закупок. На этапе тендерного

отбора участники проходят анкетирование и самостоятельно оценивают свое соответствие требованиям Компании в части охраны труда и окружающей среды, прав человека, качества продукции, принципов ведения сельского хозяйства и влияния на местные сообщества. От того, в какую из трех зон, зеленую, желтую или красную, поставщик был определен по результатам оценки, зависят дальнейшие действия Компании. Если поставщик попал в красную зону и ничего не предпринимает для улучшения ситуации, Компания рассматривает вопрос о прекращении сотрудничества с такой организацией. По результатам оценки в 2017 г. 98% поставщиков, прошедших самооценку, были отнесены к зеленой и желтой зонам. Вес критериев устойчивого развития при отборе поставщиков в рамках не прямых закупок также составляет 15%.

Раз в полугодие проводится количественная оценка деятельности поставщиков товаров и услуг. Для оценки по отдельным категориям используется пятибалльная шкала. Помимо экономических характеристик, оценивается деятельность организации в области качества, экологии и охраны труда.

Все поставщики Компании оцениваются по факту выполнения услуг и получают определенный рейтинг. Дополнительное внимание в 2017 г. уделялось соблюдению всех требований охраны труда и техники безопасности. Оценка, полученная поставщиком по окончании работ, используется при определении победителя в последующих тендерных отборах и учитывается в истории сотрудничества.



ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЗАКУПОЧНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Компания активно поддерживает и стимулирует внедрение цифровых технологий. В 2017 г. для повышения эффективности процесса предквалификации поставщиков успешно стартовал пилотный проект на основе платформы EcoVadis. Платформа позволяет Компании вести учет всех поставщиков и отслеживать их результативность по 21 критерию устойчивого развития. Вся информация о поставщиках, загружаемая на платформу, проходит проверку специальными экспертами. В результате Компания получает доступ к надежной, полной

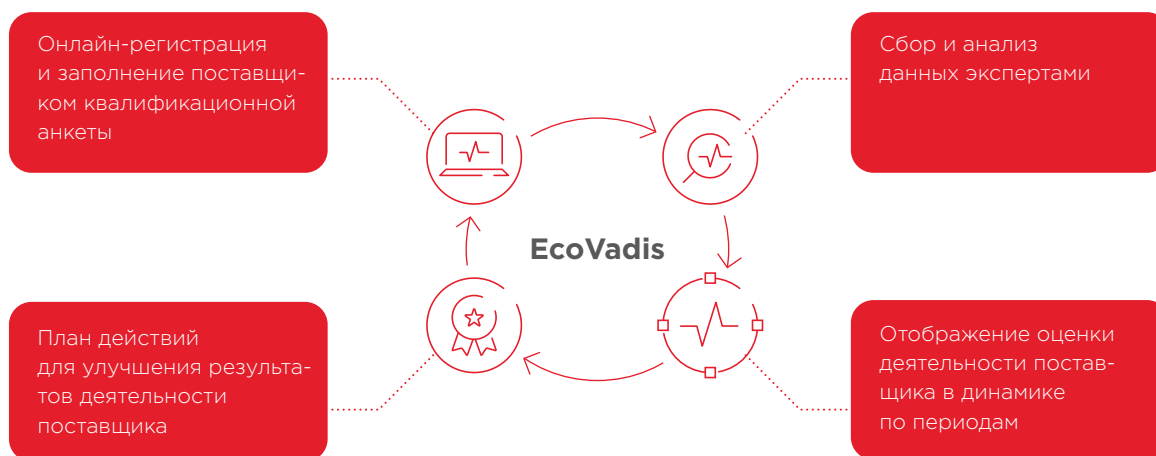
и сопоставимой информации, которая используется для принятия решения о выборе контрагента и в дальнейшем для оценки, а в случае необходимости — управления рисками. Платформа также крайне полезна и для самих поставщиков. В первую очередь она позволяет определить конкретные области бизнеса, нуждающиеся в улучшении, и выработать четкий план действий. Другим значимым преимуществом является возможность сопоставления своих показателей с результатами компаний-аналогов, что позволяет обмениваться опытом.

На сегодняшний день Coca-Cola HBC при помощи платформы EcoVadis оценивает эффективность деятельности более 85% поставщиков по всем странам присутствия.

21

**критерий оценки
в системе EcoVadis**

Процесс работы платформы EcoVadis



21 критерий оценки в области устойчивого развития

Экологические:

энергоэффективность и выбросы парниковых газов, водопользование, биоразнообразие, локальные загрязнения, материалы, отходы, жизненный цикл продукции, поддержка сбалансированного образа жизни потребителя, ответственное потребление

Социальные:

промышленная безопасность, условия труда, карьерный рост, управление знаниями и обучение, детский и принудительный труд, дискриминация, права человека

Этические:

коррупция и взяточничество, монополистическая практика, управление надежностью информации

Цепочка поставок:

экологические показатели, отношение с местными сообществами

ВКЛАД В РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ ПРИСУТСТВИЯ

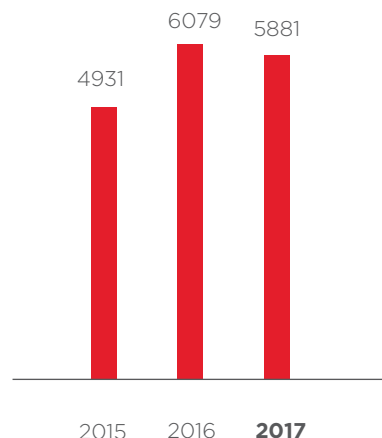
37

Coca-Cola HBC Россия вносит свой вклад в развитие российских регионов, из года в год увеличивая долю закупок у местных поставщиков. Так, в 2017 г. она составила 98%. Помимо стимулирования экономической активности в регионах присутствия, такой подход способствует развитию бизнеса местных поставщиков и приведению его в соответствие с международными стандартами в области качества и охраны окружающей среды.

Для повышения эффективности управления работой с контрагентами и финансового планирования Компания

сокращает их количество при не прямых закупках за счет наращивания числа обслуживаемых поставщиком заводов и его объемов поставок, а также выстраивания долгосрочных отношений. В 2017 г. количество поставщиков сократилось на 19% от уровня 2016 г., до 4 931 организации, целью на 2018 г. является дальнейшее снижение этого показателя до 4 000. В прямых закупках, напротив, Компания стремится расширить конкуренцию, ограниченную на сегодняшний момент небольшим количеством поставщиков, прошедших специальные процедуры отбора Компании.

Изменение количества поставщиков Coca-Cola HBC Россия за 2015–2017 гг.



Составляющие оценки поставщиков



Результаты

35%

- **Политика**
Миссия, политики, стратегические задачи, управления целями
- **Поддержка**
Поддержка внешних КСО инициатив



Действия

40%

- **Меры**
Принятые меры (процедуры, тренинги, оборудование и др.)
- **Сертификация**
Сертификаты и маркировка (ISO14001 и др.)
- **Охват**
Охват принятых мер



Политика

25%

- **Отчетность**
Отчетность и выполненные КПЭ
- **События**
Награды, иски, споры

>85%

поставщиков
оцениваются по
системе EcoVadis

98%

доля закупок
у местных
поставщиков

ПОДДЕРЖКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ПОСТАВЩИКОВ

Значимым мероприятием для Компании в 2017 г. стал День устойчивого развития, на который были приглашены ключевые поставщики по прямым и непрямым закупкам. В ходе мероприятия Компания подробно осветила цели и стратегические планы в области устойчивого развития и социальных проектов, а также поделилась опытом построения ответственной цепочки поставок. В свою очередь представители

поставщиков рассказали о своих взглядах и действиях, предпринятых их компаниями для выхода на траекторию устойчивого развития. В рамках дискуссий были рассмотрены вопросы взаимодействия Компании и ее партнеров в сфере устойчивого развития, найдены новые направления для сотрудничества и намечены инициативы на будущее. Участники мероприятия дали высокую оценку значимости

и применимости предоставленной информации, что свидетельствует о его актуальности.

Компания уделяет большое внимание усилиям поставщиков по обеспечению соответствия высоким стандартам ответственного ведения бизнеса и ежегодно награждает лучших из них. В 2017 г. уже в восьмой раз Компания провела мероприятие «Лучший поставщик Coca-Cola HBC Россия».



УСТОЙЧИВОЕ СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Глобальное изменение климата приводит к снижению продуктивности растениеводства в отдельных регионах земного шара. Это увеличивает спрос на сельскохозяйственные товары, приводит к повышению их стоимости и ограничению доступности, что, в свою очередь, подрывает продовольственную безопасность. По оценкам ООН, растущие климатические угрозы приведут к снижению производства сельскохозяйственной продукции на 15–50% к 2050 г. При этом для удовлетворения потребностей растущего населения ее производство к этому моменту должно вырасти на 60%. Для ответа на эти вызовы фермеры и производители по всему миру переходят

к устойчивым практикам ведения сельского хозяйства, что позволяет повысить производительность в аграрном секторе и адаптироваться к изменениям в окружающей среде.

Каждый продукт, выпускаемый Компанией, содержит в своем составе органические ингредиенты, закупаемые у поставщиков-производителей. Развитие практик устойчивого ведения сельского хозяйства в организациях, входящих в цепочку поставок Coca-Cola HBC Россия, позволяет не только дать ответ глобальным вызовам, но и повышать уровень благосостояния местных сообществ в регионах присутствия. В 2017 г. Компания разработала

собственный подход к устойчивому сельскому хозяйству, основанный на принципах охраны окружающей среды и соблюдения прав человека. Такой подход позволит Компании обеспечить надежность и стабильность поставок сельскохозяйственного сырья, а также соответствовать ожиданиям заинтересованных сторон.

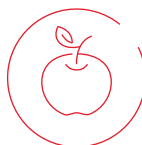
Для развития практик устойчивого сельского хозяйства Компания поставила цель к 2020 г. добиться того, чтобы 100% сырья в цепочке поставок отвечало стандартам продукции устойчивого сельского хозяйства. Данная цель распространяется на подсластители, фрукты и другие виды ингредиентов.

Виды ингредиентов, производители которых подлежат специальной сертификации Компании



Подсластители

- Тростниковый сахар
- Свекольный сахар
- Кукуруза/Сироп с высоким содержанием фруктозы
- Стевия



Фрукты

- Яблоко
- Апельсин
- Персик
- Томат
- Лимон
- Манго
- Виноград



Иные ингредиенты

- Кофе
- Чай
- Соя
- Пальмовое масло
- Целлюлоза и бумага

Чтобы достичь этой цели в России, производитель соков АО «Мултон» стремится закупать яблоки, томаты, апельсины и персики только у сертифицированных поставщиков. В ближайшие пять лет АО «Мултон» планирует организовать собственное хозяйство по выращиванию яблок в России и заместить ими 30% от общего объема закупаемого сырья.

С 2016 г. АО «Мултон» успешно увеличивает долю закупок у российских поставщиков. Так, в 2017 г. астраханский партнер поставил 45% томатов, которые ранее в полном объеме закупались в Китае. Рассчитывая на долгосрочные отношения, отдел закупок Компании консультирует своего астраханского бизнес-партнера по вопросам показателей качества производства сырья, выбора оборудования и подготовки к проверке, которая позволит дать оценку производству с точки зрения устойчивого развития.

Компания также закупает томатную пасту у поставщика из Кабардино-Балкарии.

Для достижения поставленных целей Компания разработала Руководство по развитию устойчивого сельского хозяйства. В нем определяются требования для партнеров в отношении устойчивой цепочки поставок, включающие 15 принципов и 69 критериев, которые разделены на три категории:

- соблюдение законодательства в области прав человека на рабочем месте;
- обеспечение рационального использования природных ресурсов и поддержание продуктивности сельскохозяйственных территорий;
- управление системой поставок и контроль соблюдения законодательства, процессов обеспечения качества и безопасности работников поставщиков.

ПРИНЦИПЫ РУКОВОДСТВА ПО РАЗВИТИЮ УСТОЙЧИВОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Права человека на рабочем месте

- Свобода ассоциации и коллективных переговоров
- Запрет использования детского труда
- Ликвидация дискриминации
- Рабочие часы и заработная плата
- Безопасность и здоровье на рабочем месте
- Общественное право

Окружающая среда

- Управление водными ресурсами
- Повышение энергоэффективности и принятие мер по противодействию изменению климата
- Сохранение естественных мест обитания и экосистем
- Управление плодородием почв
- Защита урожая от негативного воздействия факторов окружающей среды

Система управления сельским хозяйством

- Контроль качества посева
- Контроль качества посадочного материала
- Системы управления сельскохозяйственным предприятием, ведение записей и прозрачность
- Честное ведение бизнеса

Система отсутствует	Осведомленность	Выбор	Самооценка	Аудит	Утверждение результатов аудита
				Прохождение аудита и сертификация поставщика в соответствии с критериями руководства	Поставщик проходит аудит и заверяет оценку соответствия принципам руководства
	Поставщик проинформирован о руководстве	Поставщик самостоятельно выбирает сертификацию или аудит	Самооценка поставщика в соответствии с критериями руководства Компании		



Для приведения деятельности поставщиков в соответствие с требованиями Руководства разработан специальный процесс его внедрения. Чтобы подтвердить соблюдение принципов устойчивого сельского хозяйства поставщикам необходимо продемонстрировать соответствие международным и национальным стандартам по каждой из категорий оценки. При прохождении сертификации поставщик должен зарегистрироваться на электронной платформе Sustainable Agriculture Initiative (SAI). Для этого ему необходимо пройти внешний аудит и получить независимую оценку, которая сравнивается с самооценкой поставщика в рамках Руководства. Независимая оценка публикуется

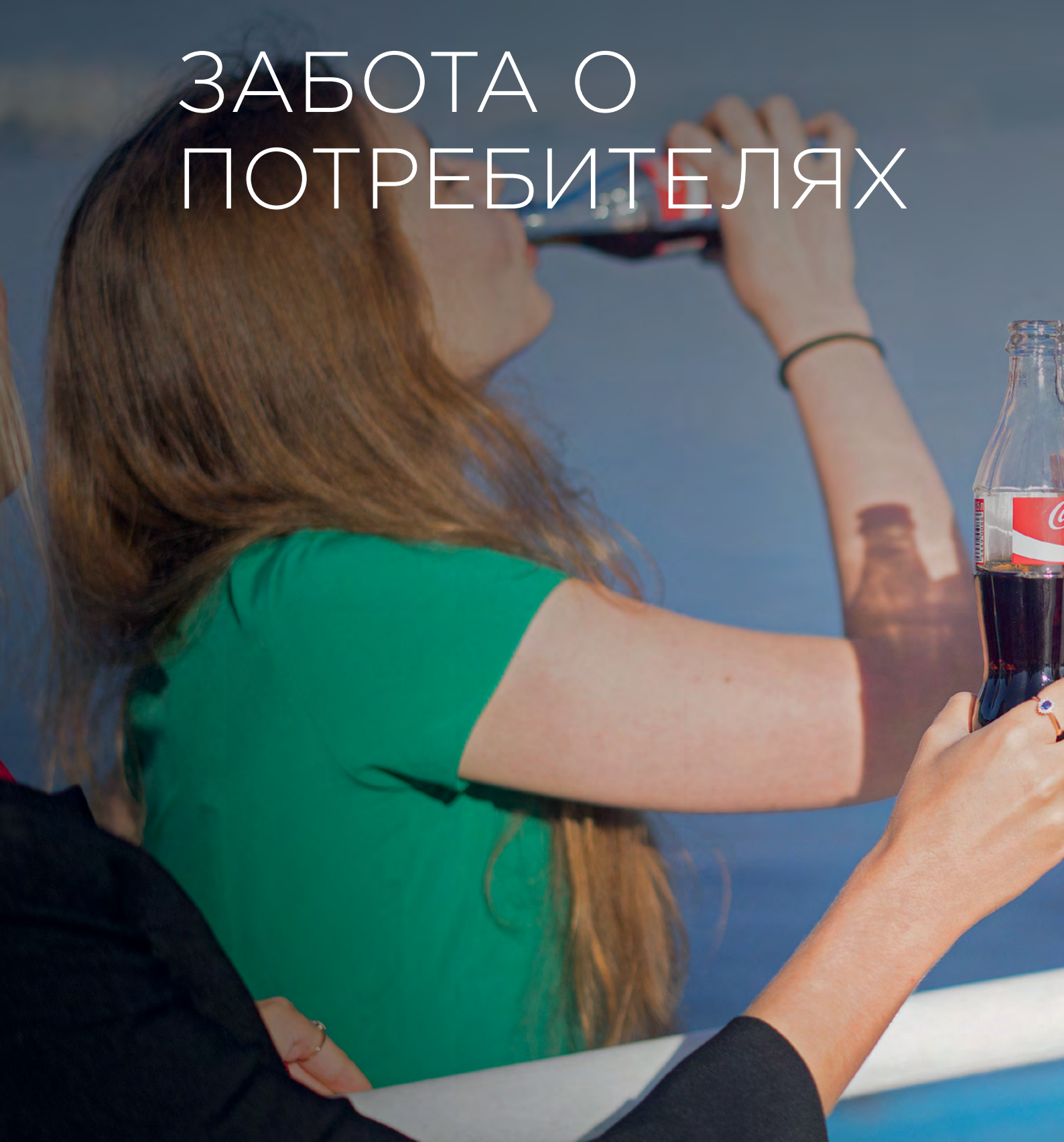
на платформе SAI, а результаты аудита должны подтвердить, что продукция соответствует требованиям к устойчивому сельскому хозяйству. Далее поставщик знакомится с требованиями Компании в области устойчивого развития и выбирает программу аудита в зависимости от показателей, которые он готов раскрыть. Поставщик проводит самооценку соответствия, результаты которой в дальнейшем сравниваются с результатами независимой проверки и публикуются на портале SAI. Таким образом, Компания использует эту платформу для выбора проверенных поставщиков с должной оценкой, соответствующей требованиям Руководства.

АО «Мултон» начало процесс внедрения Руководства в 2017 г. и приступило к реализации подготовительного этапа. Каждому поставщику было предоставлено описание целей Компании в области устойчивого развития на 2020 г. После этого АО «Мултон» уведомило поставщиков о возможности регистрации на платформе SAI и предложило свою помощь в выборе аудиторской компании и подготовке к аудиту в 2018 г. Если поставщик успешно проходит аудит и готов предоставить гарантии по поставкам сырья до 2020 г., а его цены соответствуют политике Компании, заключается договор на закупку продукции до 2020 г.

“
ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ
ЦЕЛЕЙ КОМПАНИЯ РАЗРАБОТАЛА
РУКОВОДСТВО ПО РАЗВИТИЮ
УСТОЙЧИВОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

04.

ЗАБОТА О ПОТРЕБИТЕЛЯХ





В **3** РАЗА

**увеличилось количество
производимых Компанией бес-
калорийных напитков с 2015 г.**



Что является самым важным в системе обеспечения качества продукции Coca-Cola HBC, что делает ее уникальной?

«Самое важное для обеспечения качества нашей продукции — это отлаженная система менеджмента качества и пищевой безопасности, ключевыми элементами которой являются компетентность персонала, его высокая вовлеченность в обеспечение соблюдения стандартов качества, стабильность операционных процессов на всех уровнях, риск-ориентированный подход, позволяющий превентивно работать с потенциальными проблемами, особенно в области пищевой безопасности, а также применение признанных методик анализа коренной причины возникающих отклонений, чтобы правильными действиями предотвратить их повторение в будущем».

Наталия Полозова,
Менеджер по качеству и экологии
по стране Coca-Cola HBC Россия



Как развитие ответственных практик управления бизнесом позволяет расти не только компании Coca-Cola HBC Россия, но и отраслевому сообществу?

«Системный подход к управлению качеством и пищевой безопасностью позволяет принимать проактивные решения и эффективно управлять рисками производственной деятельности. Компания Coca-Cola HBC Россия была одним из первых производителей пищевой продукции на территории Российской Федерации, который внедрил у себя систему менеджмента, соответствующую требованиям международных стандартов в области качества и пищевой безопасности. Действия Компании оказали положительное влияние на развитие отрасли, поскольку международные требования в области качества и пищевой безопасности стали постепенно внедрять поставщики и подрядные организации в цепочке поставок Coca-Cola HBC Россия по всей стране».

Константин Тимошечкин,
Руководитель департамента
сертификации и интенсификации
бизнеса в Восточной Европе SGS



“

**СОСА-COLA
HBC РОССИЯ —
ОДИН ИЗ ПЕРВЫХ
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ
В РОССИИ
ВНЕДРИВШИЙ
СИСТЕМУ
МЕНЕДЖМЕНТА
В СООТВЕТСТВИИ
С ТРЕБОВАНИЯМИ
МЕЖДУНАРОДНЫХ
СТАНДАРТОВ**

**Константин
Тимошечкин**

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

ПРИНЦИПЫ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА КОМПАНИИ В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА

Полное доверие потребителей к Компании и лидерские позиции на рынке базируются на высоком качестве производимой продукции.

В Компании функционирует комплексная система управления качеством и пищевой безопасностью. Система построена на основе требований международных стандартов ISO 9001, FSSC22000, требований The Coca-Cola Company KORE и передовых корпоративных практик с учетом требований российского законодательства. Компания следит за функционированием системы и постоянно принимает меры для ее совершенствования, выделяя для этого все необходимые ресурсы, учитывает требования системы в процессах бизнес-планирования. Компания регулярно доводит до сотрудников информацию о важности эффективного управления качеством и пищевой безопасностью.

Вопросами качества и пищевой безопасности в Компании занимается отдельная служба. Ответственность за управление этими вопросами на каждом из десяти заводов Компании несет менеджер по обеспечению качества, а на уровне страны — руководитель службы устойчивого развития и четыре

функциональных менеджера по стране. В зону ответственности службы также входит управление деятельностью Компании в области охраны окружающей среды.

Компания Coca-Cola HBC Россия взяла на себя обязательство по сертификации производственных площадок и регулярно подтверждает соответствие требованиям международных и корпоративных стандартов в ходе аудитов. Все 10 заводов Компании сертифицированы по стандартам менеджмента качества (ISO 9001) и безопасности пищевой продукции (FSSC22000). Для подтверждения соответствия требованиям стандартов раз в три года проводятся сертификационные аудиты независимой стороной, а также ежегодные надзорные аудиты. Для контроля соблюдения требований к системе управления качеством и пищевой безопасностью, охраной окружающей среды, охраной здоровья и профессиональной безопасностью в Компании раз в два года проводятся неанонсированные выборочные аудиты международными экспертами по стандарту KORE и Программе внутренних перекрестных аудитов.

100%

**заводов
сертифицированы
по стандартам
менеджмента
качества**

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Помимо стандартных программ обеспечения качества продукции в производственной деятельности, Coca-Cola HBC Россия внедрила несколько дополнительных инициатив, позволяющих более эффективно предотвращать проблемы с качеством продукции.

Чтобы потребитель всегда получал качественный продукт, а на рынке не было товаров с истекшим сроком хранения, Компания постоянно отслеживает время хранения продукции как на складах, так и в торговых точках. Контроль этого показателя производится на основании специального стандарта, определяющего оптимальный срок хранения с момента производства, в течение которого полностью сохраняются уровень карбонизации и все органолептические свойства продукта. Среднее время хранения безалкогольных напитков на складах Компании составляет 21,6 дня, соков — 34,1 дня. Мониторинг этого показателя на рынке осуществляется в ходе ежемесячного аудита TAM (Total Age Management). Аудит проводится в торговых точках с наибольшим объемом продаж,

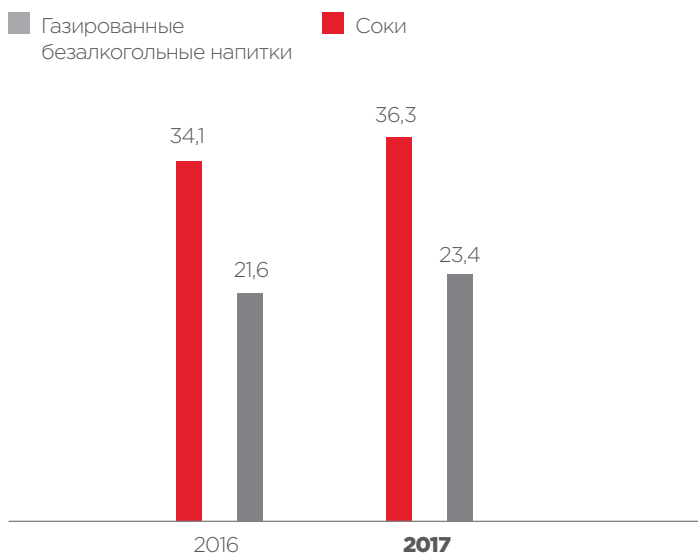
выборка которых изменяется ежеквартально. По результатам аудитов в 2017 г. доля продукции с истекшим сроком хранения на рынке составила 0,59% для газированных безалкогольных напитков и 0,17% для соков, снизившись по сравнению с 2016 г. на 30% и 41% соответственно.

Причиной проблем с качеством продукции могут стать сбои в работе оборудования, которые не способны предотвратить стандартная программа технического обслуживания. На основе накопленного опыта Компания определила те процессы и единицы оборудования, где наиболее высок риск таких сбоев, и разработала «Матрицу технического обслуживания оборудования, критичного для обеспечения качества» (Critical to Quality Maintenance Matrix). Матрица представляет собой набор действий по проверке оборудования, дополнительных к стандартным программам обслуживания, — обязательных работ на участках всех производственных линий, систем водоподготовки, очистных сооружений, системы моек и вентиляционной системы. Это позволяет вовремя выявить

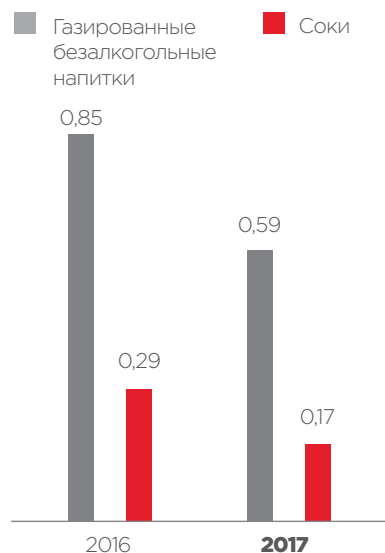
и устранить несоответствия, влияющие на качество продукта, а также превентивно оценить возможные риски. Контроль выполнения мероприятий, предусмотренных матрицей, осуществляется ежемесячно. В 2017 г. на заводах Компании были проведены технические аудиты процессов обслуживания оборудования, позволившие выявить ряд отклонений и разработать планы работ по их устранению. По возникающим неисправностям, которые могли нести потенциальные риски, на всех заводах проведены проверки аналогичного оборудования и внесены соответствующие изменения в планы его обслуживания.

С 2017 г. на всех заводах проводятся внутренние аудиты Back2Basics. Такой аудит позволяет выявлять критические несоответствия, которые могут привести к нарушению требований пищевой безопасности и ухудшению качества продукции. По итогам аудита составляется перечень высоких рисков и разрабатывается план мероприятий по их снижению.

Среднее время хранения продукции на складах, дни



Доля продукции с истекшим сроком хранения, %



РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

47

Для развития производственной культуры и совершенствования системы управления качеством, охраной окружающей среды и производственной безопасностью в Coca-Cola HBC реализуется специальный проект — «Матрица зрелости». Проект позволяет оценить результативность функционирования системы по каждому из трех направлений на основании данных о ключевых показателях эффективности, превентивных мероприятиях и компетенциях работников. Помимо показателей качества продукции и экологических показателей, оценке подлежат критерии, связанные с обучением персонала, распределением ответственности, оценкой

рисков, отчетностью и информационным взаимодействием. В зависимости от результатов системе управления присваивается один из четырех уровней зрелости. Такая оценка проводится раз в год во всех странах присутствия Группы.

Планомерное и последовательное развитие систем управления производственной деятельностью позволили Coca-Cola HBC Россия увеличить итоговый показатель на 3 п.п., до 76%, что соответствует уровню «Приверженность». На 2018 г. планируется достичь наивысшего уровня зрелости системы управления и присоединиться к 9 странам-лидерам Группы.



Итоговый показатель Coca-Cola HBC Россия соответствует уровню «Приверженность» и составляет 76%.

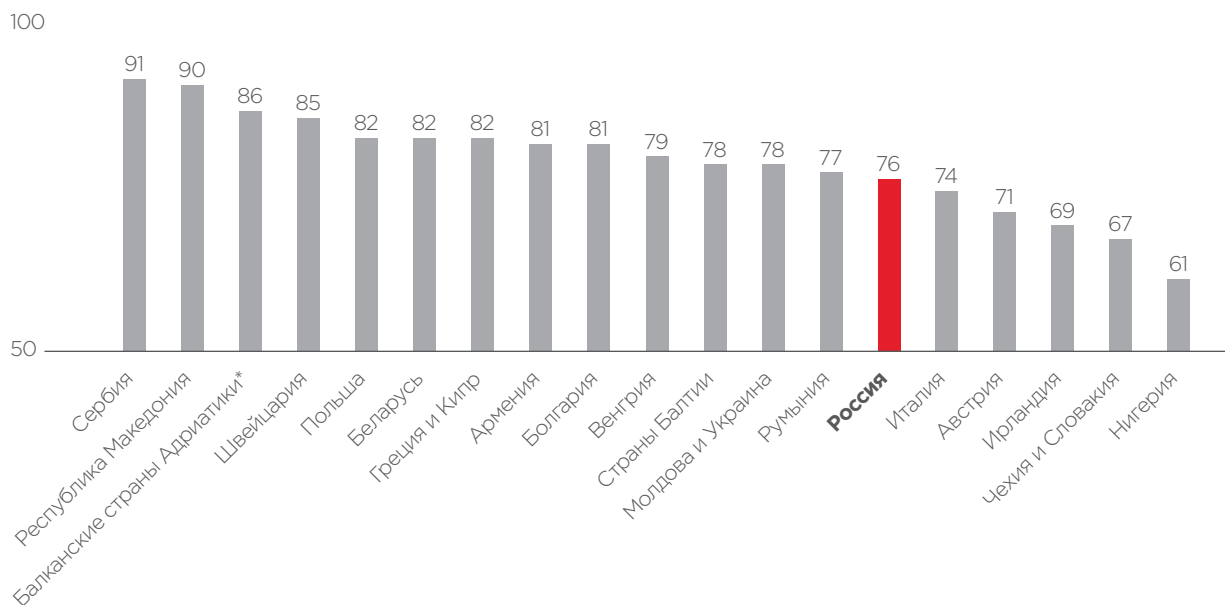
«Матрица зрелости»

Компоненты зрелости системы управления	Ключевые показатели эффективности	Превентивные меры	Компетенции
Критерии оценки зрелости в области качества			
Безопасность	Нарушения и штрафы надзорных органов	Выполнение матрицы проверки оборудования	Знания и измерения
Качество	- Жалобы от потребителей - Соблюдение сроков хранения продукции	Количество дефектов на миллион единиц продукции	Кадровые ресурсы и навыки
Экология	- Количество не пройденных аудитов - Инциденты, связанные с качеством		- Лидерство и производительная культура - Организация процессов

Оценка уровня зрелости



Показатель индекса «Матрицы зрелости» в странах-боттлерах
Coca-Cola HBC за 2017 г., %



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Компания активно работает над развитием производственной культуры, реализуя проекты по повышению сознательности персонала. В Компании проводится обучение сотрудников по вопросам качества и пищевой безопасности в форме расширенного вводного курса для новых работников, дополнительных видеоинструктажей, а также планового и внепланового обучения для персонала на местах.

В Компании разработаны программы по повышению мотивации сотрудников: после достижения поставленных целей выделяются лучшие регионы, а также проводится голосование и выбираются самые передовые практики в области качества. С 2016 г. на ежегодной основе

в Компании проводится конкурс Best of The Best, в ходе которого по 19 показателям устойчивого развития оценивается каждый завод.

В июне 2017 г. был запущен проект Sustainability News. На еженедельной основе в Компании проводятся специальные сессии для широкого круга участников — от высшего руководства до линейных сотрудников на заводах. На сессиях затрагивается целый ряд тем, связанных с качеством, пищевой безопасностью и охраной окружающей среды, а также обсуждаются стратегии и бизнес-планы Компании, изменения в законодательстве и новые проекты, освещение новостей Группы Coca-Cola HBC и результаты расследования инцидентов.

19

**показателей
устойчивого развития
оцениваются
в конкурсе
Best of The Best**

* Балканские страны Адриатики — Хорватия, Босния и Герцеговина, Словения.



ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА СЕРВИСА ПРИ ДОСТАВКЕ ПРОДУКЦИИ

Компания поддерживает высокое качество сервиса при доставке продукции своим клиентам и постоянно совершенствует существующие практики. Для эффективного контроля соответствующих процессов Компания отслеживает работу на складах, управляет плановой отгрузкой и выгрузкой товаров, следит за отсутствием простоя транспорта. Качество сервиса при доставке продукции клиенту оценивается через комплексный показатель DIFOTAI (Delivered in Full on Time Accurately Invoiced), характеризующий долю заказов,

доставленных в полном объеме, вовремя и в сопровождении корректных документов. В 2017 г. показатель Coca-Cola HBC Россия снизился на 0,53 п.п. относительно уровня предыдущего года и составил 97,63%, тем не менее, это выше, чем среднее значение по странам присутствия Coca-Cola HBC (96,3%). В Компании функционирует специальный центр поддержки, предназначенный для оперативной связи с сотрудниками клиентов, отвечающими за дистрибуцию продукции, и своевременное реагирование на их жалобы и рекомендации.

9,5

млн

**заказов обработано
в 2017 г.**

+5

%

**рост доли покрытия
клиентской
аудитории**

Инструменты

Описание

Показатели работы в 2017 г.

Tel Sell

Активные продажи по телефону и обслуживание входящих обращений клиентов по заказу

Доля покрытия клиентской аудитории выросла на 5% относительно 2016 г. и достигла 28%

Back-Office

Обработка заказов

В 2017 г. было обработано 9,5 млн заказов

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ПО ВОПРОСАМ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Уровень удовлетворенности потребителей качеством продукции Компании является одним из основных индикаторов эффективного управления производством. Для принятия обращений от потребителей в Компании работает круглосуточная «горячая линия». В 2017 г. количество принятых обращений на «горячую линию» возросло на 40%, до 449 тыс.

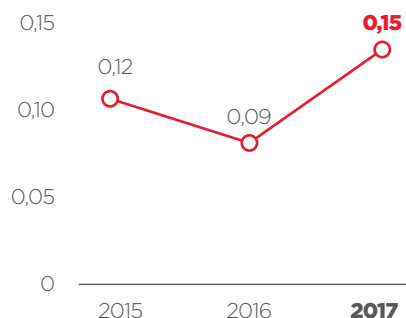
Работа с жалобами потребителей организована в Компании на системной основе.

При поступлении каждой жалобы происходит проверка всей партии продукции и исключаются возможные ошибки в логистической цепочке. После окончания расследования информация о его итогах направляется заявителю. Для учета мнений потребителей относительно качества продукции в Компании используется

показатель количества жалоб на миллион единиц проданной продукции. В 2017 г. он составил 0,15, что в 1,7 раза выше, чем в прошлом году. При этом лишь каждая 30-я жалоба оказалась обоснованной. В 2017 г. были приняты организационно-технические меры по итогам расследования 11 обращений. Так, в связи с тремя поступившими жалобами на нестандартную форму упаковки был проведен пересмотр параметров настройки выдувной машины.

В случае обнаружения инцидента, связанного с несоответствием требованиям и процессам в области обеспечения пищевой безопасности и качества, Компания самостоятельно связывается с клиентом для приостановления отпуска такой продукции.

Количество жалоб и обращений на миллион единиц проданной продукции заводов Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.



**УРОВЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ
КОМПАНИИ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ОСНОВНЫХ
ИНДИКАТОРОВ ЭФФЕКТИВНОГО
УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ**

ПОДДЕРЖКА СБАЛАНСИРОВАННОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Мы поддерживаем потребителей в стремлении вести сбалансированный образ жизни и производим широкий ассортимент напитков, отвечающих их потребностям. Мы ответственно подходим к маркетинговой деятельности и даем всю необходимую информацию о своей продукции на упаковке. Именно эти идеи положены в основу нашей новой стратегии роста категории безалкогольных напитков, которая подразделяет путь к достижению цели на две ключевых области развития: «внутри бутылочки» и «вне бутылочки».

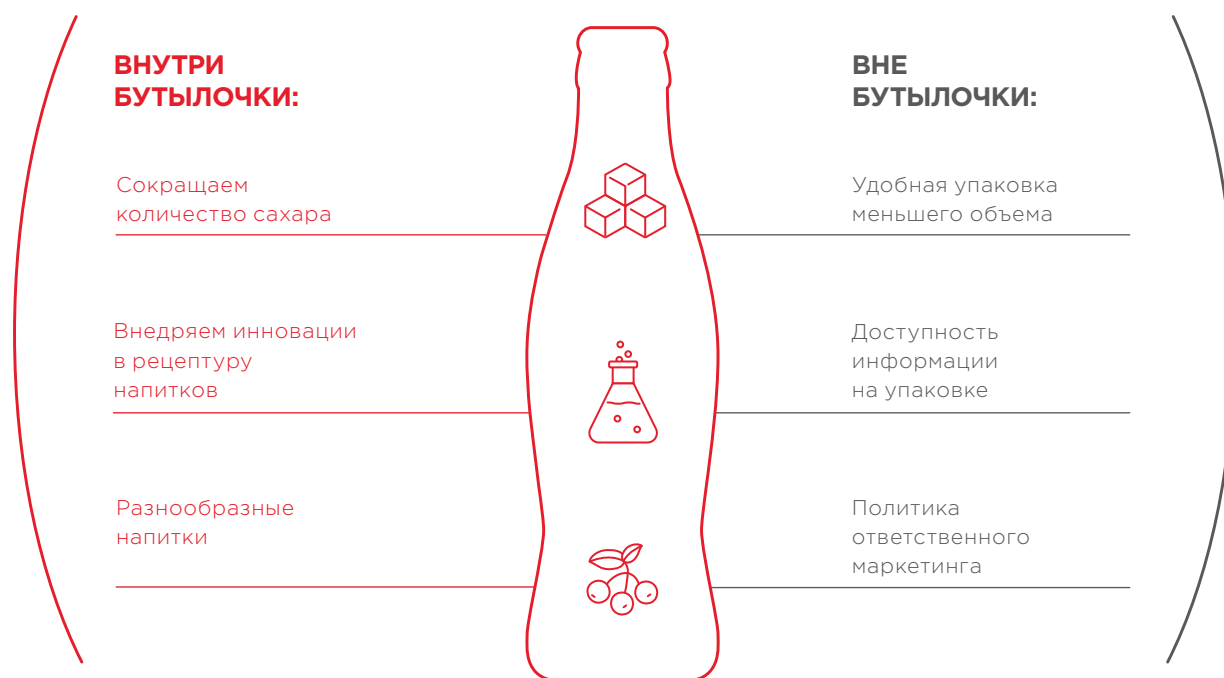
В рамках направления «внутри бутылочки» мы:

- снижаем количество сахара в наших напитках;
- разрабатываем новые и улучшаем существующие рецептуры напитков;
- предлагаем большой ассортимент напитков на любой вкус.

В рамках направления «вне бутылочки» мы:

- реализуем около четверти напитков под товарным знаком Coca-Cola в упаковке объемом не более 0,33 л;
- предоставляем достоверные сведения о питательной ценности напитков, размещая информацию о содержании сахара и калорийности на лицевой стороне упаковки;
- не рекламируем продукцию детям младше 12 лет и не продаем газированные напитки в школах.

Поддержка сбалансированного образа жизни



РАСШИРЕНИЕ ВЫБОРА НАПИТКОВ

Потребители все больше обращают внимание на количество потребляемого сахара и калорий в напитках, а также на содержание натуральных ингредиентов. Система Coca-Cola поддерживает потребителей в стремлении вести сбалансированный образ жизни и предлагает широкий ассортимент низкокалорийных и бескалорийных напитков и напитков со сниженным содержанием сахара. С 2015 г. доля производимых нами бескалорийных напитков увеличилась почти в три раза. В 2017 г. мы выпустили низкокалорийную версию Sprite, снизили содержание сахара в Fanta Orange и Schweppes Bitter Lemon. В 2018 г. планируется запуск бескалорийного Sprite Арбуз-Огурец, а также запуск новых низко- и бескалорийных напитков.

Мы производим напитки в маленьких упаковках, что помогает потребителям контролировать количество потребляемого сахара. Около четверти продукции под товарным знаком Coca-Cola продается в упаковках объемом не более 0,33 л.

Мы видим себя как универсального производителя безалкогольных напитков и стремимся удовлетворить потребности всех покупателей, включая тех, кто не пьет напитки с газом. Для этого мы выпускаем широкий ассортимент соков, нектаров, холодного чая и других негазированных напитков, а также питьевую воду.



МЫ ПРОИЗВОДИМ НАПИТКИ В МАЛЕНЬКИХ УПАКОВКАХ, ЧТО ПОМОГАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯМ КОНТРОЛИРОВАТЬ КОЛИЧЕСТВО ПОТРЕБЛЯЕМОГО САХАРА

ИНФОРМАЦИЯ О ПРОДУКЦИИ

Мы размещаем информацию о напитках в доступной форме на лицевой стороне упаковки, чтобы потребителям было легче выбрать желаемый продукт, а также информируем потребителей о составе напитка, в том числе о содержании в нем сахара.

Более 90% нашей продукции выпускается с маркировкой FOP, размещенной на лицевой стороне упаковки, отражающей объем порции напитка, его калорийность и долю от суточной нормы калорий.

>90%

продукции имеет маркировку FOP

Пример маркировки FOP



Информация о продукции размещена на лицевой стороне упаковки.

ВЕДЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОГО МАРКЕТИНГА

В 2009 г. Система Coca-Cola совместно с другими лидерами отрасли взяла на себя обязательство «Об ограничении рекламы, направленной на детей», чтобы помочь родителям привить детям стремление вести сбалансированный образ жизни. Согласно этому обязательству мы воздерживаемся от рекламы напитков для аудитории младше 12 лет. Инициатива распространяется на средства массовой информации, в аудитории которых доля детей младше 12 лет составляет не менее 35%. Согласно этому обязательству мы:

- не продаем газированные безалкогольные напитки в школах и не размещаем в них никакую рекламу;
- не размещаем рекламу в СМИ, явно предназначенных для детей младше 12 лет, включая телевизионные шоу, печатные СМИ, веб-сайты, социальные сети, фильмы, а также SMS- и Email-маркетинг, и не публикуем такую рекламу на собственных сайтах;
- не разрабатываем маркетинговые мероприятия, явно направленные на детей младше 12 лет, в частности, не используем образы знаменитостей и персонажей, игры и конкурсы, игрушки, популярные в основном среди детей младше 12 лет;
- не осуществляем брендированное спонсирование спортивных и развлекательных мероприятий, предназначенных главным образом для детей младше 12 лет.

Это обязательство закреплено в глобальной Политике ответственного маркетинга The Coca-Cola Company, принятой в 2015 г. В дополнение к политике разработаны методические рекомендации, содержащие практические указания по выполнению ее требований, которые обязательны к исполнению в том числе рекламными и коммуникационными агентствами-партнерами и их сотрудниками. Соблюдение политики строго отслеживается и проверяется внутренними аудиторами Компании.



05.

ЗАБОТА
О ПЕРСОНАЛЕ

#IAmCocaCola



94%

**индекс вовлеченности
персонала в Coca-Cola HBC
Россия в 2017 г.**





Почему компания Coca-Cola HBC Россия — место, где хочется работать?

«Наша Компания — это семья, где о людях заботятся, а отношения строятся на равных возможностях и взаимоуважении, здесь помогают проявить себя и построить карьеру своей мечты».

Ирина Петрова,
Директор по персоналу
Coca-Cola HBC Россия



Чем Coca-Cola HBC Россия как работодатель привлекает меня?

«Возможность пройти практику, стажировку или получить место в Компании — это отличный старт карьеры для любого соискателя. В Coca-Cola HBC Россия случайных людей не бывает: каждый кандидат на позицию проходит несколько этапов отбора. Таким образом, коллектив Компании складывается из мотивированных, квалифицированных и высокообразованных кадров.

Общемировой престиж бренда Компании, а также многолетние честные и доверительные отношения между работодателем и сотрудниками являются для меня наиболее ценными факторами при выборе работы в Coca-Cola HBC Россия».

Александр Ившин,
Стажер Coca-Cola HBC Россия



“

**НАША
КОМПАНИЯ —
ЭТО СЕМЬЯ,
ГДЕ О ЛЮДЯХ
ЗАБОТЯТСЯ,
А ОТНОШЕНИЯ
СТРОЯТСЯ
НА РАВНЫХ
ВОЗМОЖНОСТЯХ**

Ирина Петрова

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Главной составляющей успешного развития Coca-Cola HBC Россия являются сотрудники. Компания создает все условия для профессионального роста и развития своих работников, что позволяет ежегодно наращивать производительность труда и вовлеченность каждого отдельного участника трудового коллектива в решение производственных задач. Именно сотрудники являются ключевыми партнерами Компании в достижении целей устойчивого развития.

В 2017 г. Группа Coca-Cola HBC завершила внедрение новой модели отдела по работе с персоналом во всех странах присутствия. Результатами трансформации отдела по работе с персоналом стали три ключевых изменения: в Компании были сформированы глобальные центры экспертизы и внедрены модели бизнес-партнерства, а также значительно вырос уровень знаний и навыков сотрудников службы. Глобальные центры экспертизы управляются на уровне Группы

125

 ЧЕЛ.

**занимаются
управлением
персоналом
в Компании**

Структура отдела по работе с персоналом



и призваны повысить эффективность работы по развитию и подбору персонала, а также по формированию лидерских качеств. Центры решают задачи не только Coca-Cola HBC Россия, но и подразделений в Беларуси и Армении и задачи АО «Мултон». Группа выделила три направления для создания бизнес-партнерств: коммерческая функция, функция снабжения и функции поддержки.² Структура каждого из трех направлений повторяет структуру соответствующей службы. В Компании были сформированы локальные центры экспертизы по кадровому администрированию и регулированию трудовых отношений, по отчетности, планированию и управлению вознаграждением, а также централизованный отдел по заработной плате.

Управлением персоналом в Компании занимается команда из 125 человек.

Переход на новую модель позволил Компании значительно улучшить целый ряд показателей,

во многом определяющих финансовый результат. По итогам 2017 г. 97% ключевых позиций, критически важных для успеха коммерческой деятельности, были заняты сотрудниками, которых Компания стремится развивать в качестве преемников на руководящие должности (в 2016 г. — 90%). Уровень преемственности на ключевых позициях достиг 72%, что на 24% выше, чем в 2016 г. Кроме того, новая модель позволила повысить эффективность обучения персонала. Почти 90% сотрудников были повышены в должности после окончания программы ускоренного развития. Профессиональный опыт и знания, полученные в Coca-Cola HBC Россия, дают персоналу возможность продвигаться по карьерной лестнице не только внутри Компании, но и в организациях Группы в других странах. Одним из наиболее важных показателей деятельности отдела по работе с персоналом является уровень вовлеченности сотрудников. В 2017 г., несмотря на значительные изменения организационных процессов, показатель

вовлеченности сотрудников остался на уровне 94%.

Благодаря повышению эффективности работы службы управления персоналом, Coca-Cola HBC Россия была признана лучшей компанией сектора товаров повседневного спроса (FMCG) по кадровым процессам по версии HeadHunter, а также заняла высокие места в рейтингах самых привлекательных работодателей.

72%

достиг уровень преемственности на ключевых позициях

Награды Coca-Cola HBC Россия в области управления персоналом



HeadHunter: «Рейтинг работодателей России — 2017»

- 1 место в секторе товаров повседневного спроса (FMCG)
- 7 место в общем зачете



Рейтинг работодателей по версии Changellenge

- 3 место в секторе товаров повседневного спроса
- 13 место в общем зачете

² Функция поддержки включает финансовый отдел, отдел внешних связей и коммуникаций, отдел по работе с персоналом и юридический отдел.

СОБЛЮДЕНИЕ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА И ТРУДОВЫХ ПРАВ

59

Coca-Cola HBC Россия считает, что уважение к правам человека имеет основополагающее значение для обеспечения устойчивого развития Компании и регионов ее присутствия. Принципы Компании в этой сфере определены в соответствующей внутренней политике, которая основана на общепризнанных правах и свободах человека. За соблюдение прав человека в Компании отвечает отдел по работе с персоналом.

Компания предоставляет равные возможности для всех своих сотрудников и не приемлет дискриминации в трудовых отношениях в любых ее проявлениях. Во всех вопросах управления персоналом Компания

придерживается справедливого подхода, основанного на способности человека соответствовать требованиям занимаемой должности. Этот принцип закреплен в Декларации политики равенства, действующей в Компании. Соблюдение декларации всеми сотрудниками контролируется отделом по работе с персоналом.

Компания уведомляет сотрудников об изменениях условий труда и других существенных изменениях не менее чем за два месяца, строго следуя законодательству. При заключении коллективных договоров данное условие включается в них на обязательной основе.

“

**УВАЖЕНИЕ К ПРАВАМ
ЧЕЛОВЕКА ИМЕЕТ
ОСНОВОПОЛАГАЮЩЕЕ
ЗНАЧЕНИЕ
ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ
И РЕГИОНОВ ЕЕ
ПРИСУТСТВИЯ.**



ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПЕРСОНАЛЕ

В 2017 г. численность персонала Компании сократилась на 901 сотрудника относительно 2016 г. и составила 7546 человек, 126 из которых работали на временной основе. Текучесть кадров за отчетный период в среднем по Компании составила 15,7%. Наибольшее значение у этого показателя в центральном офисе, Сибирском и Дальневосточном регионах, наименьшее — в Московском и Южном.

Компания выступает за сбалансированную по полу и возрасту структуру персонала. Однако в силу специфики производства 71% сотрудников составляют мужчины и 29% — женщины. Наибольшая разница в гендерном составе коллектива наблюдается среди рабочих специальностей. В возрастной структуре персонала преобладают сотрудники, возраст которых составляет 30–50 лет.

В составе высшего руководства преобладают мужчины, однако

в 2017 г. доля женщин увеличилась на 11% по сравнению с прошлым периодом и составила 44%. Возраст 89% членов высшего руководства составляет 30–50 лет.

Производительность труда в отчетном году выросла на 12% относительно уровня 2016 г.

По состоянию на конец 2017 г. коллективным договором было охвачено 16% сотрудников. В 2017 г. 260 сотрудников Компании состояло в профсоюзных организациях.



Компания выступает за сбалансированную по полу и возрасту структуру персонала. Однако в силу специфики производства 71% сотрудников составляют мужчины и 29% — женщины.

7,5

 ТЫС. ЧЕЛ.

**численность
сотрудников
Компании в 2017 г.**

44

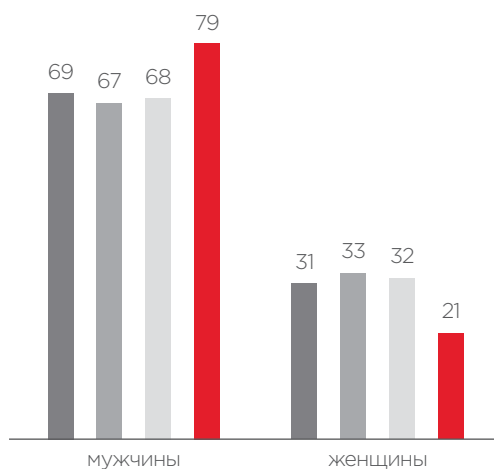
 %

**доля женщин
в составе высшего
руководства
Компании в 2017 г.**

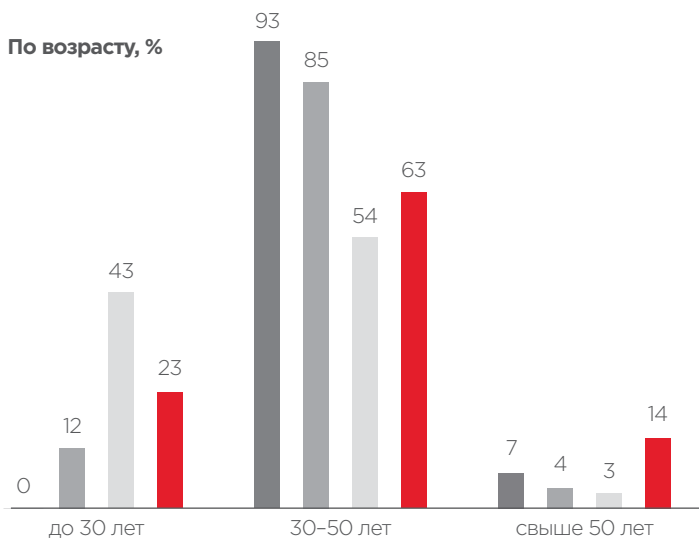
Состав персонала в разбивке по полу и возрасту в 2017 г.

■ Высший менеджмент ■ Менеджеры ■ Специалисты ■ Рабочие

По полу, %



По возрасту, %



ПОДБОР ПЕРСОНАЛА

Отдел по привлечению талантов непрерывно совершенствует методы и инструменты подбора новых сотрудников. В 2017 г. к Компании присоединилось 1314 человек, 58% которых составили молодые сотрудники в возрасте до 30 лет. Более 25% набора приходится на центральный офис.

С 2017 г. Компания начала широко использовать в рамках процесса подбора персонала цифровые технологии. Пилотным проектом стал цифровой бот «Робот Вера», который значительно ускорил этот процесс. «Робот Вера» звонит соискателям и задает вопросы согласно прописанному алгоритму, отбирая подходящих кандидатов. Пробное использование бота на выборке в две тысячи соискателей показало, что скорость его работы в десятки раз превышает скорость работы человека. По итогам пилотного проекта было принято решение продолжить использование бота для отбора кандидатов по программе подготовки будущих менеджеров, а также начать его применять для набора массовых позиций, в частности торговых

представителей, операторов производства и водителей.

В 2017 г. в целях оптимизации работы по подбору персонала была внедрена система планирования, позволяющая осуществлять предварительный набор еще до открытия вакансии, а также Компания договорилась о сотрудничестве еще с несколькими сайтами по подбору кандидатов.

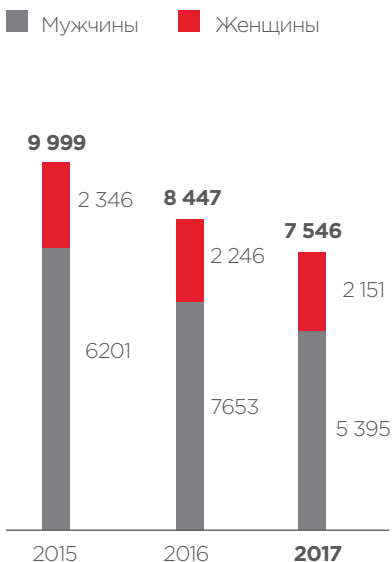
В 2017 г. была подготовлена стратегия работы с ключевыми вузами и заключены договоры о сотрудничестве. Компания выбрала топ-20 приоритетных вузов страны, с которыми активно выстраивается взаимодействие: представители Coca-Cola HBC Россия посещают ярмарки вакансий и проводят лекции и мастер-классы для приоритетных направлений. Компания также принимает участие в кейс-чемпионатах компании Changellenge в качестве партнера.

Для начала успешной карьеры в Coca-Cola HBC Россия отсутствие профессионального опыта не является преградой. В 2017 г.

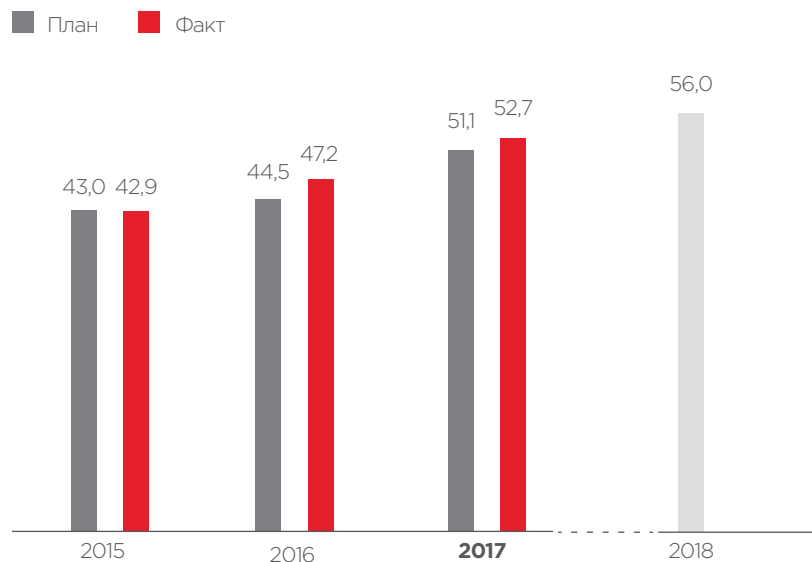
стартовала программа трехмесячной весенней стажировки для студентов старших курсов. При успешном прохождении стажировки студент получает возможность присоединиться к команде Coca-Cola HBC Россия в качестве специалиста или участника программы подготовки будущих менеджеров Rise Management Trainee Programme.

Важной задачей для службы управления персоналом является сокращение периода адаптации новых сотрудников. В 2017 г. Компания запустила платформу HELO, в рамках которой объединен весь цикл кадровых процессов, включая помощь новым сотрудникам в адаптации. Для каждого нового члена трудового коллектива разрабатывается специальный план адаптации в Компании. План включает прохождение необходимых тренингов, знакомство с корпоративными процедурами и политиками и другие важные аспекты, необходимые для быстрой адаптации и результативной работы с первых же недель в Компании.

Численность персонала в разбивке по полу в 2015–2017 гг.



Производительность труда в 2015–2017 гг., тыс. ОСР/ЭПЗ³



³ Оценочная стоимость работника / эквивалент полной занятости.

РАЗВИТИЕ И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

В 2017 г. сотрудники Компании потратили на обучение 142,2 тыс. часов⁴, из которых 76% приходится на обучение менеджеров, а 24% — на специалистов и рабочих.

При прохождении внешних программ обучения за сотрудником сохраняется рабочее место, а также при необходимости оформляется командировка.

В 2017 г. Coca-Cola HBC Россия завершила реорганизацию корпоративных программ обучения. Компания разработала обязательные лидерские тренинги для каждого уровня управления. Подобные программы помогают сотрудникам развиваться на текущих позициях. Всего разработано восемь программ, среди которых есть основные и дополнительные. Изменения коснулись и электронных курсов. Часть из них была перенесена из системы SAP в новую систему

HELO. Девять человек закончили Leadership Development Program, каждый из них получил повышение.

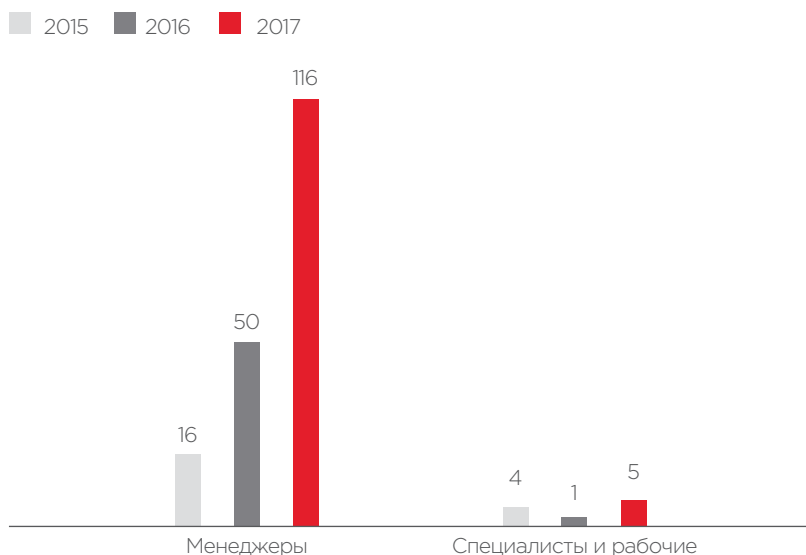
В отчетном году 190 сотрудников закончили программы ускоренного развития, целью которых является подготовка участников к переходу на следующий уровень. Повышение получили почти 90% участников программ. В течение года программы ускоренного развития претерпели ряд изменений, среди которых запуск новой программы для преемников на уровень высшего руководства, разработка своего дизайна для каждой программы и внедрение системы наставничества как инструмента личного и карьерного развития участников.

В Компании продолжает действовать программа подготовки будущих менеджеров Rise Management Trainee Programme, созданная специально для молодых

выпускников. Программа длится два года, за это время участники успевают поработать в различных отделах Компании и проходят путь от начинающего специалиста до менеджера. В 2017 г. программу закончили 23 сотрудника. С этого года для каждого участника программы назначается ментор из числа лучших менеджеров Компании, прошедших специальное обучение. Ментор делится опытом, дает обратную связь и советы. Он также поощряет ответственное отношение к работе своего подопечного и его стремление делиться мнением и точкой зрения.

В отчетном году проведена ежегодная оценка результатов работы 37% сотрудников Компании. Оценка показала, что 95% планов индивидуального развития были выполнены, а это соответствует цели на 2017 г.

Среднее количество часов обучения на одного сотрудника в 2015–2017 гг.



⁴ Астрономические часы.

95%

планов индивидуального развития были выполнены и соответствуют цели на 2017 г.

Coca-Cola HBC Россия предоставляет сотрудникам конкурентную заработную плату и ежегодно увеличивает ее в соответствии с трендами рынка, базируясь на обзорах уровня вознаграждения в отрасли. В 2017 г. средняя заработная плата составила 68,7 тыс. рублей, а минимальная – 14 тыс. рублей (183% минимального размера оплаты труда в соответствующем регионе).

В отдельных регионах присутствует некоторая разница между начальным уровнем заработных плат среди мужчин и женщин, что объясняется различиями в рабочих специальностях и характере выполняемых работ.

Для вознаграждения персонала Coca-Cola HBC Россия использует не только заработную плату, но и другие методы поощрения. Компания предоставляет

сотрудникам целый ряд льгот, в которые входит добровольное медицинское страхование, страхование жизни, а также частичная компенсация расходов на питание и детский отдых.

Компания развивает Интранет – платформу нематериального поощрения сотрудников «Высшая лига», призванную повысить эффективность работы и показатель «Поощрение и признание» в опросе вовлеченности. Платформа позволяет номинировать коллег за различные профессиональные

достижения, приверженность ценностям и инновации в работе, а также благодарить с помощью раздела «Скажи спасибо». В 2017 г. пользоваться платформой стало проще, а ее интерфейс стал удобнее.



Для вознаграждения персонала Coca-Cola HBC Россия использует не только заработную плату, но и другие методы поощрения.

68,7 ТЫС. РУБ.
**средняя заработная
плата в 2017 г.**

Таблица 3. Соотношение заработной платы начального уровня у мужчин и женщин с минимальной заработной платой в регионе в 2017 г.

Регион	МРОТ в регионе	Начальная заработная плата, руб.	
		Мужчины	Женщины
Центральный офис	7 800	27 208	20 937
Центральный	7 800	14 290	14 500
Московский	7 800	30 000	17 855
Сибирь и Дальний Восток	7 800	17 200	17 300
Южный	7 800	15 447	15 294
Северо-Западный	7 800	26 727	23 166
Уральский	7 800	20 342	18 285

Компания продолжает сотрудничество с FIFA и вознаграждает членов трудового коллектива и их семьи билетами на футбольные матчи. Дети сотрудников Coca-Cola HBC Россия получают возможность вывести на поле знаменитых спортсменов, стать участниками команды «подавателей мячей» или вынести флаги перед началом соревнований.

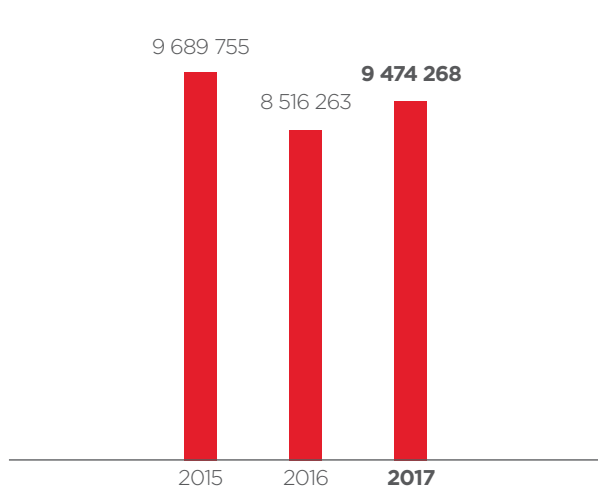
В 2017 г. в Компании была создана платформа Be Well, на которой содержится вся информация о корпоративных скидках в фитнес-клубы, спортивные залы и секции для сотрудников, скидках в банках и других компаниях. Платформа информирует персонал о медицинской страховке,

проведении утренних зарядок и других темах, важных для ведения сбалансированного образа жизни.

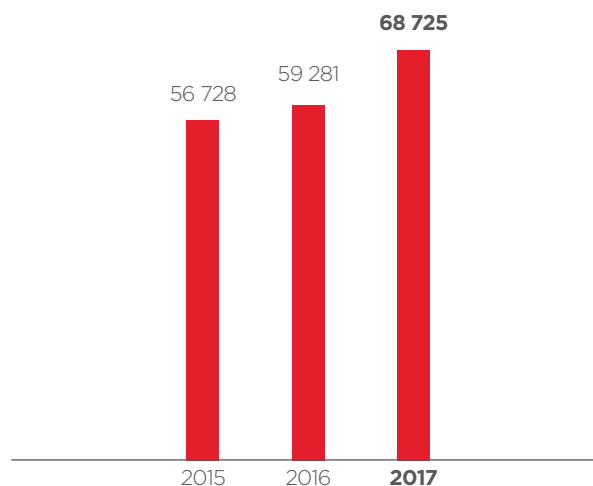
Компания регулярно проводит мероприятия для продвижения физической активности. Ежегодно составляется программа соревнований и мастер-классов для каждого региона, основанная на интересах и пожеланиях сотрудников. Coca-Cola HBC Россия проводит чемпионат корпоративной футбольной лиги, в котором принимают участие команды из всех регионов деятельности. Спортивные достижения сотрудников отмечаются на информационной платформе, что мотивирует коллег регулярно заниматься спортом.

Компания ежегодно определяет уровень вовлеченности и удовлетворенности сотрудников с помощью опроса вовлеченности и следования ценностям «Мой голос». Основными показателями этого исследования являются индекс следования ценностям, индекс устойчивой вовлеченности и индекс амбассадорства. Каждый индекс рассчитывается на основе уникальных критериев и ключевых вопросов. По итогам 2017 г. показатели остались на высоком уровне, а среди 28 стран Coca-Cola HBC Россия заняла первое место по уровню вовлеченности сотрудников, что говорит об устойчивом росте уровня корпоративной культуры.

Размер фонда оплаты труда в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг., руб.



Размер средней заработной платы в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг., руб.



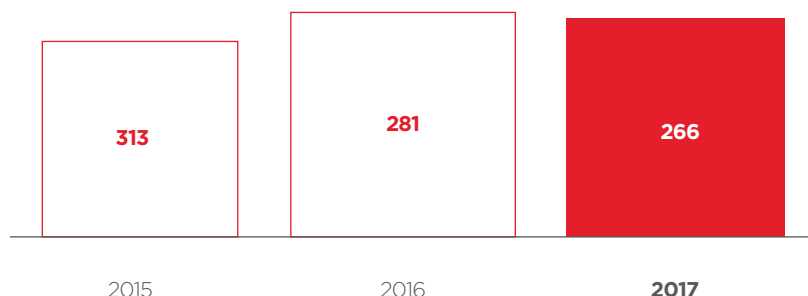
94%

**индекс
амбассадорства
в 2017 г.**

94%

**индекс устойчивой
вовлеченности
в 2017 г.**

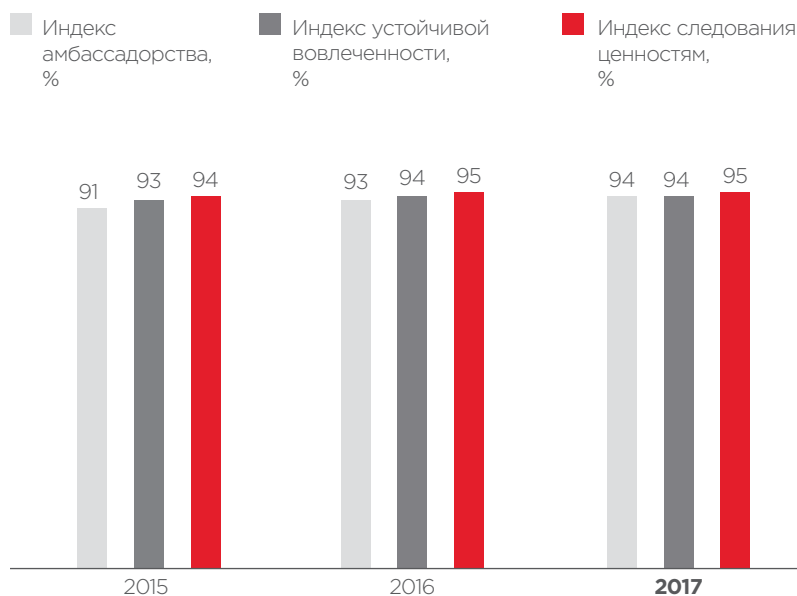
Общие расходы на социальный пакет работников Coca-Cola HBC Россия и прочие выплаты в 2015–2017 гг., млн руб.



«Методическая пятница»

В 2017 г. отдел по работе с персоналом запустил проект «Методическая пятница» (Learning Friday Club). Все сотрудники отдела могут принять участие в еженедельных обучающих онлайн-сессиях, темы которых выбирают сами слушатели. Спикерами сессий выступают руководители подразделений. Каждый сотрудник может выбрать наиболее интересные для себя лекции, благодаря чему в проекте принимают участие 90% сотрудников отдела.

Результаты опроса вовлеченности и следования ценностям «Мой голос» в 2015–2017 гг.



95%

индекс следования ценностям в 2017 г.

ОХРАНА ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Успешное развитие Компании в долгосрочной перспективе неразрывно связано с обеспечением безопасных условий труда для ее работников и работников подрядных организаций, поставщиков и бизнес-партнеров, а также с безопасностью третьих лиц. Руководство Компании уверено, что право на безопасное рабочее место — это фундаментальное право каждого сотрудника, и считает работу в этом направлении своей важнейшей задачей.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

В Компании действует система управления охраной труда и промышленной безопасностью (ОТ и ПБ). Ключевые принципы и подходы Компании к обеспечению безопасности работников и активов закреплены в Политике по ОТ и ПБ Coca-Cola HBC Россия.

Чтобы достичь поставленных в политике целей и обеспечить непрерывное совершенствование

системы ОТ и ПБ, в Компании ежегодно устанавливаются целевые значения показателей эффективности охраны труда и культуры безопасности, для достижения которых разрабатывается план мероприятий.

В структуре Компании функция охраны труда является централизованной и выполняется службой, в состав которой

входит 35 сотрудников. Руководит службой менеджер по охране труда по стране, напрямую подчиняющийся директору по снабжению по стране. За выполнение этой функции в шести регионах присутствия отвечают шесть региональных менеджеров, а на местах — старшие специалисты по охране труда, а также рядовые специалисты.

Таблица 4. Целевые и фактические значения ключевых показателей эффективности охраны труда

Ключевые показатели	2015		2016		2017	
	план	факт	план	факт	план	факт
Количество несчастных случаев со смертельным исходом	0	0	0	0	0	3
Количество тяжелых несчастных случаев	1	1	1	4	2	9
Количество несчастных случаев с потерей времени более 1 дня в пересчете на 100 полных рабочих дней	0,18	0,18	0,16	0,18	0,15	0,24
Количество зарегистрированных потенциально опасных событий (Near Miss)	3 194	3 798	5 519	5 799	6 106	6 764
Количество поведенческих аудитов безопасности (Walk the Talk)	2 132	3 490	4 250	4 741	3 636	4 971
Количество проведенных бесед о безопасности (Toolbox Talks)	14 744	24 996	29 856	31 178	12 732	14 774

КОНТРОЛЬ СООТВЕТСТВИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ

67

В своей работе Компания руководствуется требованиями российского законодательства, требованиями The Coca Cola Company (KORE), а также международным стандартом OHSAS18001 и внутренними нормативными стандартами и инструкциями.

Для поддержания высокого уровня охраны труда Компания уделяет особое внимание проведению регулярного контроля безопасности на рабочих местах, проводятся обходы производственной, складской, внешней территории заводов и офисов. В 2017 г. почти в 6 раз возросло количество внутренних проверок соблюдения требований охраны труда и промышленной безопасности по сравнению с предыдущим годом. О полном соответствии требованиям действующего законодательства

РФ в области ОТ и ПБ свидетельствует успешное прохождение объектами Компании 10 проверок со стороны исполнительных органов власти РФ в 2017 г.

Управление ОТ и ПБ Компании соответствует международному стандарту системы менеджмента охраны труда и производственной безопасности OHSAS18001. В 2017 г. все заводы Coca-Cola HBC Россия успешно прошли ежегодные надзорные и ресертификационные аудиты.

Для идентификации вредных и опасных факторов производственной среды и трудового процесса, а также принятия мер по уменьшению их негативного влияния на работников в отчетном году проведена специальная оценка условий труда для 311 рабочих мест.



Все заводы успешно прошли сертифицированные и ресертификационные аудиты Международного стандарта OHSAS18001.



ПОВЫШЕНИЕ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ И РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ

Уровень знаний работников в области ОТ постоянно повышается за счет регулярного обучения. В соответствии с требованиями законодательства сотрудники проходят специальное обучение по охране труда. Общее количество обученных превысило 3,7 тыс. человек.

Для повышения уровня безопасности, внедрения лучших практик в области охраны труда на объектах и обмена опытом в области ОТ и ПБ в 2017 г. в Coca-Cola HBC Россия был запущен проект «Оценка уровня безопасности» (Base Line Assessment). Проект уже получил широкое признание в других странах присутствия Группы Coca-Cola HBC, в связи с чем было принято решение о его реализации в России. В рамках проекта проводятся плановые посещения заводов специалистами в области ОТ и ПБ других производственных объектов Компании и Группы для экспертной диагностики текущей ситуации в области безопасности. Процесс не является внутренним аудитом, а направлен на совместный поиск решений выявленных проблем и обмен передовым опытом. Немаловажным результатом проекта является повышение осведомленности и вовлеченности не только руководящего, но и рабочего персонала,

напрямую взаимодействующего с группой экспертов. В 2017 г. основной фокус проекта был сделан на системах выдачи наряд-допусков и блокировки/маркировки (LOTO), работах на высоте и вилочных погрузчиках, защитном ограждении оборудования, разделении маршрутов движения транспорта и пешеходов, а также на вопросах обеспечения безопасности в подрядных организациях.

Для повышения осведомленности сотрудников и посетителей заводов об основных рисках и опасностях производственных участков, а также для снижения количества небезопасных действий на территории завода г. Санкт-Петербурга запущен проект по визуализации рисков и требований по охране труда. В помещениях завода нанесены специальная цветовая разметка и обозначения. В 2018 г. проект будет реализован на остальных объектах Компании.

С целью обмена опытом между различными бизнес-функциями в логистическом и производственном подразделениях ежемесячно проводятся специальные дни, посвященные вопросам ОТ и ПБ. В ходе встреч обсуждались коренные причины несчастных случаев, образовательные мероприятия и лучшие практики, проблемные зоны. Раз в две недели

проводились короткие беседы о безопасности в отделе продаж.

Для обмена лучшими практиками и извлеченными уроками внутри Группы Coca-Cola HBC была создана система WeKnow. В 2017 г. в Coca-Cola HBC Россия было зарегистрировано 233 лучшие практики, из которых 38 практик были признаны уникальными, а информация о них распространена по всей Группе.

Для информирования работников о важности охраны труда на корпоративном сайте Компании 2–3 раза в месяц публиковались статьи, посвященные различным вопросам безопасности.

В 2017 г. была проведена традиционная неделя охраны труда, в рамках которой основное внимание было уделено поведенческой безопасности, так как большинство несчастных случаев происходит из-за неправильного поведения, недооценки рисков или недостаточно осознанного подхода к собственной безопасности.

В 2017 г. также был проведен Всемирный день охраны труда, темой которого стала «Оптимизация сбора и использования данных по охране труда».

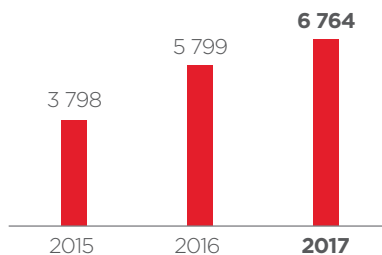
Количество сотрудников, прошедших специальное обучение по охране труда в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.

2017		3 729
2016		1 208
2015		1 391

РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ БЕЗОПАСНОСТИ И СНИЖЕНИЕ ТРАВМАТИЗМА

69

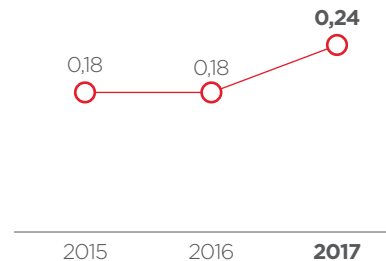
Количество потенциально опасных действий (Near miss), выявленных в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.



Несмотря на многолетние усилия Компании по обеспечению ОТ и ПБ, в 2017 г. уровень производственного травматизма возрос на 35% по сравнению с 2016 г. Более трети несчастных случаев в отчетном году произошли по вине третьих лиц, среди которых 3 несчастных случая со смертельным исходом. Основными причинами травматизма стали дорожно-транспортные происшествия и работа с оборудованием, на эти причины пришлось 40% и 15% всех случаев соответственно.

Компания продолжает работу по внедрению доказавших свою эффективность передовых практик, направленных на развитие культуры безопасности среди персонала. В 2017 г. проведено почти 5 тыс. поведенческих аудитов безопасности (Walk The Talk).

Изменение коэффициента частоты травм с долговременной утратой трудоспособности (LTAR⁵) в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.

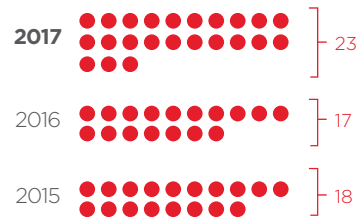


В ходе таких аудитов руководители подразделений наблюдают за действиями работников во время выполнения ими производственных заданий. По итогам наблюдений проводится корректирующая беседа, в ходе которой поощряются безопасные методы работы и отмечаются выявленные опасные действия. В результате повышается ответственность работников в части собственной безопасности.

В Компании также проводятся короткие беседы на разные темы, связанные с безопасностью (Toolbox Talks), позволяющие повысить осведомленность сотрудников в вопросах ОТ и ПБ.

Развитие культуры безопасности в 2017 г. позволило значительно

Количество несчастных случаев с работниками Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.

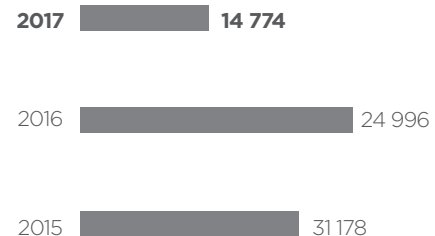


повысить уровень сознательности работников и, как следствие, изменить отношение к собственной безопасности и безопасности коллег. Силами амбассадоров в области охраны труда было выявлено более 6,7 тыс. потенциально опасных действий и условий (Near Miss). По сравнению с 2016 г. показатель вырос на 17%. Это характеризует положительную динамику, так как текущие усилия направлены на выявление все большего числа потенциально опасных действий и условий, чтобы повысить уровень безопасности рабочих мест. Устранение причин потенциально опасных событий и увеличение количества активных сотрудников позволяет стабильно повышать уровень безопасности на объектах в Компании.

Количество аудитов безопасности (Walk the Talk) и случаев небезопасного поведения, выявленных в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.



Количество бесед о безопасности (Toolbox Talks), проведенных в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.



⁵ LTAR рассчитывается как количество происшествий с потерей трудоспособности более чем на 1 день на 100 полных рабочих дней.

ПЛАНЫ ПО РАЗВИТИЮ СИСТЕМЫ ОХРАНЫ ТРУДА И ЗДОРОВЬЯ В 2018 Г.

В 2018 г. для повышения безопасности проведения работ на высоте и снижения уровня рисков таких работ для 10 заводов Компании будут закуплены средства индивидуальной защиты и новое инженерное оборудование для технического обслуживания крыш, высотных работ на хрупких поверхностях и стационарных рабочих мест, связанных с работой на высоте.

Для предупреждения возникновения профессиональных заболеваний, профилактики распространения бактериально-вирусных инфекций, а также обеспечения соблюдения требований действующего законодательства в области охраны здоровья в 2018 г. будет реализован масштабный проект по проведению медицинских

осмотров и вакцинации работников. Целью проекта является внедрение системного и единого по стране подхода к организации и проведению предварительных и периодических медицинских осмотров, а также вакцинации работников Компании.

Также в 2018 г. в Компании будет реализован проект по поведенческой безопасности (Behavioral Based Safety). Проект призван стимулировать работников всех уровней принимать личное участие в вопросах обеспечения безопасности на рабочих местах и повышать уровень собственной ответственности за безопасность. Любой сотрудник сам может провести наблюдения за рабочим процессом коллег и далее в ходе беседы указать на небезопасное поведение и постараться

выяснить его причины. Собранный по итогам таких наблюдений статистика поможет устранить коренные причины небезопасного поведения работников, провести корректирующие мероприятия и научить работников лучше видеть риски вокруг себя.

Основной акцент деятельности по снижению уровня травматизма в 2018 г. будет сделан на развитии транспортной безопасности в Компании для предотвращения дорожно-транспортных происшествий и развитии культуры безопасного вождения, а также на повышении безопасности при работе с оборудованием.



Усилия Компании по развитию культуры вождения и внедрению инженерных систем безопасности транспортных средств позволили добиться дальнейшего снижения количества дорожно-транспортных происшествий (ДТП) с участием сотрудников. Основными причинами ДТП с участием автомобилей Компании в 2017 г. стали несоблюдение порядка проезда перекрестков, выезд на встречную полосу движения других участников движения и неправильный выбор скоростного режима в плохих погодных условиях.

Компания продолжает внедрять современные средства обеспечения безопасности дорожного движения. Количество транспортных средств Компании, оборудованных интеллектуальной системой активной безопасности Mobileye, в 2017 г. увеличилось на 24% и составило 2,17 тыс. единиц. Система распознает транспортные средства, дорожную разметку и пешеходов и при выявлении угрозы своевременно подает предупредительный сигнал водителю. Количество опасных событий, выявленных с использованием системы Mobileye, в 2017 г. снизилось и составило 5,4 события на 100

километров пробега. Передовые технологии также активно используются для обеспечения безопасности сотрудников складских помещений. В 2017 г. успешно запущен проект по установке на погрузчики устройств визуализации безопасного периметра, позволяющих водителям осуществлять полноценный контроль безопасности при передвижении в зонах с ограниченной видимостью.

Для развития культуры безопасного вождения в 2017 г. Компания приступила к обучению водителей из категории высокого риска по программе защитного вождения. Программа направлена на формирование у водителей более сознательного подхода к процессу управления автомобилем и применению методов оценки рисков при принятии решений во время вождения. Теоретическая часть программы доступна и для родственников сотрудников. Также в отчетном году для всех работников Компании были запущены онлайн-семинары по вопросам безопасности на дороге.

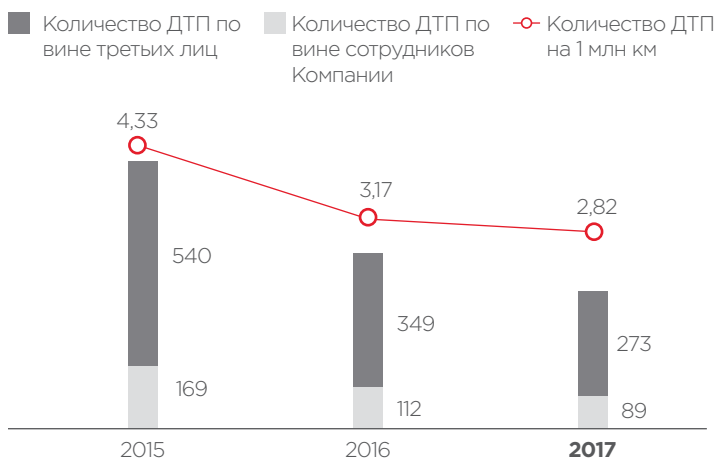
Все водители проходят курсы повышения квалификации.

В случае выявления нарушений требований безопасности дорожного движения водители направляются на переаттестацию. Во всех филиалах Компании действуют комиссии по безопасности дорожного движения, которые разрабатывают планы мероприятий по транспортной безопасности и контролируют их выполнение.

С целью повышения осведомленности на регулярной основе проводятся встречи с водителями, где рассказывается об основных причинах ДТП в Компании. С участием руководителей Компании снят информационный видеоролик, раскрывающий основные факты о статистике ДТП в России.

В 2017 г. также прошел ряд традиционных мероприятий, в том числе чемпионат водительского мастерства и день безопасности дорожного движения, в котором приняли участие сотрудники отдела пропаганды ГИБДД. Кроме того, были организованы различные промокампании по обеспечению соблюдения безопасной дистанции и скоростного режима.

Сокращение дорожно-транспортных происшествий в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.



2,17 ТЫС.

единиц систем безопасности Mobileye было внедрено в 2017 г.

ПОЖАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

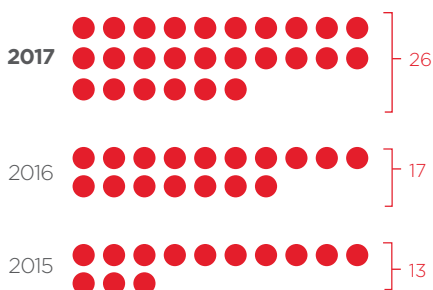
Особое внимание в Компании уделяется пожарной безопасности: объекты Компании оснащены современным противопожарным оборудованием, а работники проходят регулярное обучение и тренировки.

В 2017 г. проведено свыше 5 тыс. противопожарных инструктажей, в ходе которых до работников Компании были доведены требования пожарной безопасности, правила использования средств противопожарной защиты и порядок действий в случае возникновения пожара. Для улучшения процесса

обучения сотрудников Компании и работников подрядных организаций подготовлен и используется при проведении инструктажей фильм о мерах пожарной безопасности. Для отработки действий работников при возникновении чрезвычайных ситуаций в 2017 г. проведено 66 практических тренировок, в том числе 13 тренировок с участием пожарных подразделений МЧС. Внутренняя проверка соответствия объектов Компании требованиям пожарной безопасности осуществляется в ходе противопожарных аудитов, количество которых в отчетном году возросло в 1,5 раза.

Значительная работа проведена в части оснащения производственных объектов Компании противопожарным оборудованием, в частности на ряде заводов модернизированы системы пожарной сигнализации, установлены современные противопожарные двери, сплинклерные системы пожаротушения, системы оповещения людей о пожаре. Двери эвакуационных выходов ряда объектов оборудованы специальными ручками типа «антипаника», позволяющими разблокировать замки двери путем однократного нажатия на дверную ручку.

Количество противопожарных аудитов, проведенных в Coca-Cola HBC Россия в 2015–2017 гг.



**ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ В КОМПАНИИ
УДЕЛЯЕТСЯ ПОЖАРНОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ: ОБЪЕКТЫ
КОМПАНИИ ОСНАЩЕНЫ
СОВРЕМЕННЫМ ПРОТИВОПОЖАРНЫМ
ОБОРУДОВАНИЕМ.**

ПРОМЫШЛЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Компания эксплуатирует 37 опасных производственных объектов (ОПО), из которых 25 относятся к III классу (средней) опасности, а 12 — к IV классу (низкой) опасности. Для предупреждения аварий и инцидентов на опасных производственных объектах в Компании действует система управления промышленной безопасностью, полностью соответствующая требованиям

российского законодательства. Безаварийное функционирование ОПО Компании достигается за счет комплекса организационно-технических мероприятий, включающих регулярный производственный контроль. В 2017 г. было проведено 48 внутренних проверок в рамках системы производственного контроля и 13 внутренних аудитов промышленной безопасности.

48

**внутренних
проверок в рамках
системы контроля
промышленной
безопасности было
проведено в 2017 г.**

Для развития культуры безопасности работников подрядных организаций, снижения уровня травматизма, количества небезопасных действий и нарушений, а также финансовых и репутационных рисков в 2017 г. в Компании была внедрена система управления безопасностью подрядных организаций. Новая система, разработанная на основе лучших международных и российских практик, позволяет Компании осуществлять риск-ориентированное управление на всех этапах жизненного цикла договора: от составления технического задания до завершения договорных отношений и оценки результатов.

С 2017 г. любое техническое задание формируется с учетом требований по ОТ и ПБ в зависимости от вида планируемых работ.

Все потенциальные контрагенты проходят предварительную квалификацию, что позволяет исключить тех, кто не соответствует требованиям по ОТ и ПБ, до момента заключения договора. В ходе такой оценки учитывается наличие необходимой квалификации и уровень обучения рабочего персонала, регулярность медицинских осмотров, наличие сертифицированной специальной одежды и обуви, а также соответствующих лицензий, наличие и состояние необходимого

оборудования, опыт выполнения аналогичных работ, отзывы, рекомендации и иные факторы.

В соответствии с новыми требованиями системы все договора разделены на 3 категории в зависимости от уровня риска: красный, желтый, зеленый. При оценке риска учитывается количество задействованных работников, участие субподрядчиков, продолжительность работ и наличие работ повышенной опасности, сумма по договору и иные факторы. В зависимости от уровня риска определяется набор требований к безопасности, применимых к подрядной организации. Допуск к производству работ осуществляется строго в соответствии с необходимыми требованиями по ОТ и ПБ.

В период действия договора подрядные организации проходят регулярные аудиты на предмет соответствия требованиям по ОТ и ПБ. В 2017 г. количество таких проверок возросло в 8 раз.

По итогам выполнения работ и завершения договора проводится обязательная оценка подрядной организации, которая учитывается при привлечении такой организации в будущем.

Уже в первый год функционирования нового подхода уровень

травматизма среди работников подрядных организаций был снижен до нуля, в первую очередь за счет активных действий Компании по повышению уровня контроля и осведомленности работников. Дальнейшие действия по развитию системы будут направлены на закрепление достигнутого результата.

Количество несчастных случаев с сотрудниками подрядных организаций в 2015–2017 гг.

2017 0

2016 7

2015 2

Количество аудитов подрядных организаций, выполненных в 2015–2017 г.

2017 722

2016 92

2015 59

Основные шаги управления безопасностью подрядных организаций

01. Составление технического задания с учетом требований ОТ и ПБ
02. Предварительная квалификация по ОТ и ПБ, проведение тендера
03. Заключение договора, включающего требования и сферы ответственности по ОТ и ПБ
04. Подготовка к работам и допуск к их проведению
05. Выполнение работ, регулярный контроль соблюдения требований по ОТ и ПБ
06. Завершение договора и пост-оценка по критериям ОТ и ПБ

06.

ЗАБОТА ОБ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ



A woman wearing a red hooded jacket and a green vest is working in a forest. She is using a shovel to dig in the ground, which is covered with dry leaves and twigs. The background is filled with green trees and foliage.

НА **82** ТОННЫ

**сократилось потребление
алюминиевого сырья за счет
облегчения упаковки напитков**



Как проект «Разделяй с нами» вводит моду на раздельный сбор? Переходит ли эта мода в твердую привычку?

«Проект «Разделяй с нами» уникален тем, что он вовлекает в свои мероприятия очень много молодого населения, а кто, как не молодежь, задает тон новым модным привычкам? Постепенно становится круто не только самому разделять мусор, но и рассказывать об этом на своих страничках в соцсетях, следуя примеру молодежных кумиров и известных блогеров. «Вирус» правильного отношения к отходам распространяется, в проект вовлекается все больше и больше населения, и я уверена, что именно сегодняшняя молодежь динамично превращает модные тренды по разделению отходов в твердую привычку и тем самым создает давление «снизу» на государственную политику, требуя создания доступной инфраструктуры по раздельному сбору отходов и дополнительных мощностей по их переработке».

Любовь Меланевская,
Менеджер по нормативному регулированию
Coca-Cola HBC Россия



Почему раздельный сбор важен именно для вас? Что представляется вам наиболее ценным в проекте «Разделяй с нами»?

«Основным результатом внедрения раздельного сбора отходов является вовлечение широких масс населения в процесс бережливого природопользования и, таким образом, существенное и естественное содействие достижению целей и операторов по обращению с отходами, и производителей, заинтересованных в стимулировании сбора. Проект «Разделяй с нами» наиболее результативно позволяет продвинуть идею и реализацию раздельного сбора отходов за счет комплексного сочетания в нем информационной, образовательной и инфраструктурной составляющих».

Константин Рзаев,
Управляющий партнер
ГК «ЭкоТехнологии»



Почему раздельный сбор важен именно для вас? Что представляется вам наиболее ценным в проекте «Разделяй с нами»?

«Раздельный сбор отходов — это необходимое условие для их дальнейшей эффективной переработки, которая позволяет сохранить ценные природные ресурсы и является прогрессивным и цивилизованным способом обращения с отходами. Занимаясь дома сортировкой отходов уже много лет, я мечтаю, чтобы их раздельный сбор стал привычной и повсеместной практикой в нашей стране. Проект «Разделяй с нами» ценен тем, что он, с одной стороны, массово привлекает к раздельному сбору отходов самые разные группы нашего общества, с другой — дает людям доступ к необходимой для этого инфраструктуре».

Татьяна Честина,
Директор по развитию фонда
«ЭРА»



“

**ИМЕННО СЕГОДНЯШНЯЯ
МОЛОДЕЖЬ ДИНАМИЧНО
ПРЕВРАЩАЕТ МОДНЫЕ ТРЕНДЫ
ПО РАЗДЕЛЕНИЮ ОТХОДОВ
В ТВЕРДУЮ ПРИВЫЧКУ**

Любовь Меланевская

ПОДХОД К РАЦИОНАЛЬНОМУ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЮ И СНИЖЕНИЮ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

Основными направлениями работы по снижению воздействия на окружающую среду и рациональному природопользованию в Coca-Cola HBC Россия являются сохранение водных ресурсов, защита климата, продвижение экологической упаковки, а также повышение эффективности использования сырья и материалов. Компания широко внедряет системы оборотного водоснабжения на технологических линиях, оснащает заводы локальными очистными сооружениями, снижает потребление энергетических ресурсов, что способствует сокращению выбросов в атмосферу загрязняющих веществ, а также строго контролирует выбросы при использовании хладагентов в холодильном оборудовании. Компания реализует проекты по снижению веса упаковки продукции, отдельному сбору и переработке отходов потребительской упаковки, а также утилизации промышленных отходов.

Компания активно внедряет экологические стратегии и цели в процесс бизнес-планирования. Ежегодно на уровне Группы Coca-Cola HBC разрабатываются стратегические планы и целевые значения ключевых показателей по приоритетным направлениям

деятельности в области охраны окружающей среды. Каждая страна присутствия Группы вносит свой вклад в достижение долгосрочных целей. В Coca-Cola HBC Россия целевые значения показателей распределяются между заводами в соответствии с масштабом их производственной деятельности. Для достижения поставленных целей каждый завод разрабатывает план природоохранных мероприятий и отчитывается о достигнутых результатах два раза в месяц.

Чтобы повысить эффективность природоохранной деятельности и постоянно отслеживать экологическую результативность, Компания руководствуется требованиями корпоративного стандарта The Coca-Cola Company KORE. Заводы Компании проходят регулярные аудиты, позволяющие оценить соответствие объектов корпоративным требованиям в области экологии.

На всех заводах Coca-Cola HBC Россия действует система управления охраной окружающей среды, сертифицированная по стандарту ISO 14001: 2015. Заводы ежегодно подтверждают соответствие требованиям стандарта в ходе надзорных и ресертификационных аудитов.



**НА ВСЕХ ЗАВОДАХ
СОСА-COLA HBC
РОССИЯ ДЕЙСТВУЕТ
СИСТЕМА
УПРАВЛЕНИЯ
ОХРАНОЙ
ОКРУЖАЮЩЕЙ
СРЕДЫ**

ОТХОДЫ И ЭКОЛОГИЧНАЯ УПАКОВКА

Для повышения ресурсной эффективности производственной деятельности и снижения негативного воздействия Coca-Cola HBC Россия фокусирует свою деятельность по управлению отходами в трех направлениях: сокращение общего количества образуемых отходов, увеличение доли перерабатываемых отходов, а также снижение объемов отходов, направляемых на захоронение на полигоны. По каждому из этих направлений до всех заводов Компании ежегодно доводятся целевые показатели и плановые мероприятия по их достижению.

Общий объем образования отходов на заводах Компании

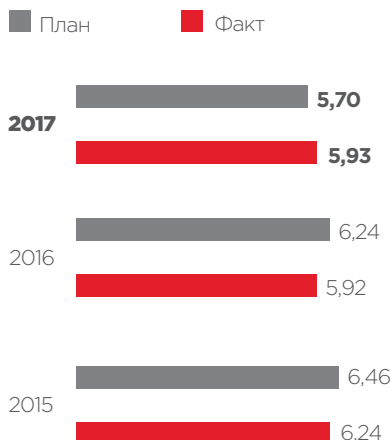
в 2017 г. составил 8710 тонн, из которых основная масса (96,6%) относится к малоопасным и неопасным отходам и лишь небольшая часть (3,4%) — к отходам высоких классов опасности.

В 2017 г. удельный объем образования отходов на 1 л готовой продукции на заводах Компании остался на уровне прошлого года и составил 5,9 г/л. Количество переданных на захоронение отходов в пересчете на 1 л произведенной продукции в отчетном периоде снизилось на 9%, до 0,83 г/л. Усилия Компании по развитию практики переработки отходов позволили

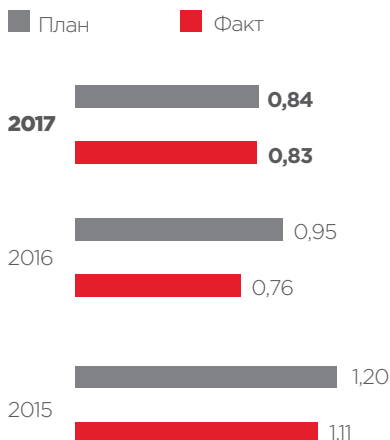
увеличить долю перерабатываемых отходов до 86%.

Для повышения ресурсной эффективности производства были реализованы проекты по снижению веса упаковки. На заводах в Истре и Ростове такие проекты позволили сократить расход ПЭТ-сырья на 0,5%, или 63 тонны. Сокращение достигнуто за счет снижения на 14% веса бутылочки холодного чая Nestea. За счет облегчения алюминиевой упаковки напитков общее потребление алюминиевого сырья заводами Компании сократилось на 2,2%, или 82 тонны.

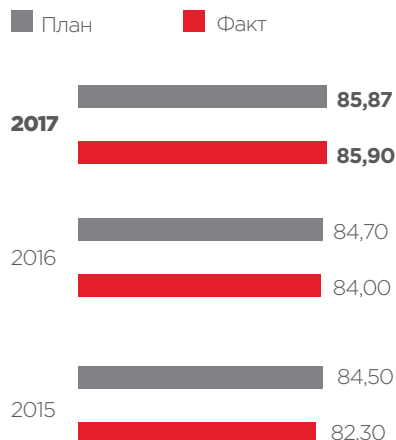
Удельный объем отходов на 1 литр готовой продукции на заводах Компании в 2015–2017 гг., г/л



Количество переданных на захоронение отходов в пересчете на 1 литр произведенной продукции на заводах Компании в 2015–2017 гг., г/л



Доля отходов Компании, переданных на переработку в 2015–2017 гг., %



Компания выстраивает процессы управления не только промышленными отходами, но и отходами потребительской упаковки, создавая условия для их раздельного сбора и вторичной переработки. К 2030 г. глобальной целью Системы Coca-Cola является обеспечение сбора и переработки 100% эквивалента упаковки, выпускаемой на рынок вместе с продукцией. Российское законодательство в области расширенной ответственности производителя предусматривает дополнительные стимулы для Компании в достижении этой амбициозной цели.

Система Coca-Cola в России является одним из первых представителей бизнес-сообщества, самостоятельно реализовавшим принцип расширенной ответственности производителя на территории России. В 2016 г. запущен масштабный проект «Разделяй с нами», целью которого является развитие экологической культуры и продвижение практики раздельного сбора отходов. Этот

пример является уникальным для всей страны. Работа в рамках проекта ведется по двум направлениям: инфраструктурному и информационно-просветительскому⁶.

Инфраструктурное направление включает установку контейнеров для раздельного сбора отходов во дворах, школах и университетах. За два года география проекта расширилась с 8 городов и 600 контейнеров до 25 городов и 2,5 тыс. контейнеров. За 2016–2017 гг. было собрано около 30 тыс. тонн отходов различной упаковки. В 2017 г. помимо пластика велась сбор и переработка других составляющих потребительской упаковки — бумаги, картона, металла и стекла. В рамках законодательства о расширенной ответственности производителя Компания выполнила свои обязательства по нормативам утилизации пластика, стекла, металла, бумаги и картона, при этом по отдельным видам упаковки нормативы на 2017 г. были даже перевыполнены.

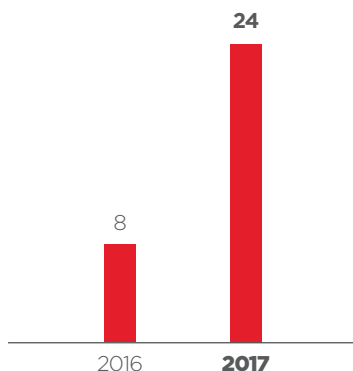
30 ТЫС. Т

**отходов различной
упаковки собрано
за 2016–2017 гг.**

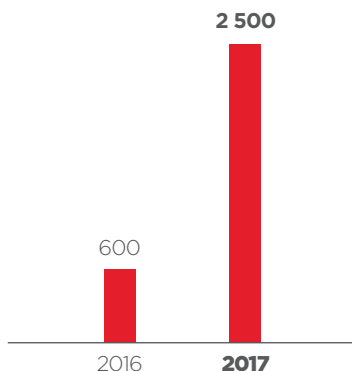
Результаты проекта «Разделяй с нами» за 2016–2017 гг.*



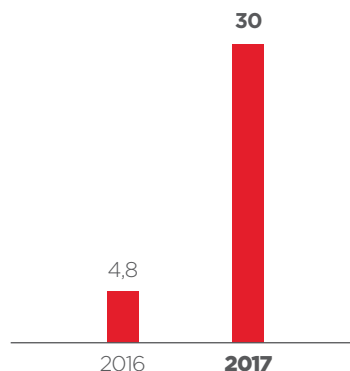
Количество охваченных городов



Количество установленных контейнеров для пластиковой упаковки



Общий объем собранных отходов упаковки, тыс. т



⁶ Просветительская часть проекта подробно описана в разделе «Экологические проекты» главы «Забота о местных сообществах».

* Результаты проекта за 2017 г. приведены накопительным итогом.

Проект «Разделяй с нами» получил активную поддержку в медийном пространстве. По итогам 2017 г. проекту было посвящено 592 публикации в ключевых федеральных и региональных СМИ с общей аудиторией более 44 млн человек.

Жизненный цикл пластиковой упаковки Coca-Cola HBC Россия

Создание замкнутого жизненного цикла упаковки позволит не только повысить эффективность использования сырья, но и значимо снизить воздействие на компоненты окружающей среды от отходов потребления продукции Компании. На сегодняшний день система Coca-Cola в России уже многое сделала для создания такого цикла, и результаты проекта «Разделяй с нами» являются наглядным подтверждением успешного продвижения в направлении

решения этой сложной задачи. Ключевым партнером инфраструктурной части проекта является компания «ЭкоТехнологии», которая занимается установкой специальных контейнеров для раздельного сбора отходов упаковки, их вывозом и переработкой. На перерабатывающем заводе сортированный пластик проходит вторичную сортировку, промывку, измельчение и далее используется как пластиковое сырье.

В 2017 г. 4% от общего количества пластика, используемого для производства упаковки, составлял вторичный пластик. На 2018 г. запланировано увеличение этого показателя до 6%.

4%

от общего количества пластика, используемого для производства упаковки, составлял вторичный пластик

Жизненный цикл пластиковой упаковки Coca-Cola HBC Россия



ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ И СОКРАЩЕНИЕ ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ

На фоне снижения потребления энергии в абсолютном выражении показатель удельного энергопотребления на 1 л готовой продукции за период 2015–2017 гг. снизился с 0,60 МДж/л до 0,54 МДж/л и практически достиг планового значения на 2017 г., установленного в размере 0,52 МДж/л. Темпы снижения потребления энергии на 1 л готовой продукции в 2017 г. в пять раз превысили аналогичный показатель за 2016 г.

Стоит отметить дальнейшее снижение общего потребления электроэнергии, которое в 2017 г. составило 42 340 501 МДж по сравнению с 2016 г.

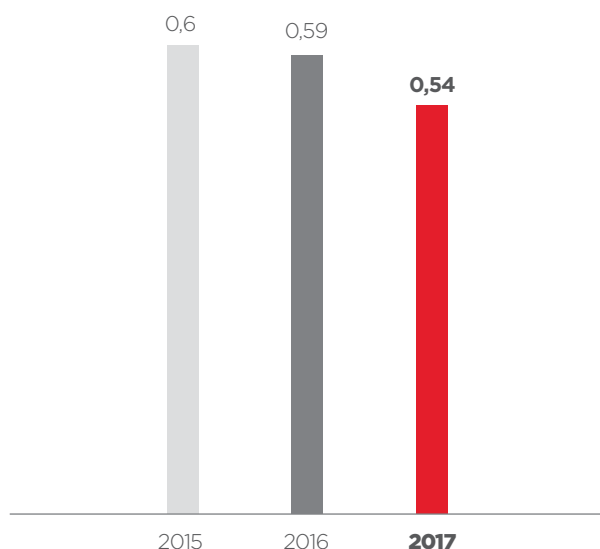
Компания разрабатывает концепцию и внедряет проекты по мотивации персонала в части выполнения водо- и энергосберегающих мероприятий, в том числе вручает награду за снижение водопотребления и выбросов парниковых газов (Carbon & Water Reduction Award).

На заводах Компании в отчетный период выполнены 23 инженерных проекта по повышению энергетической эффективности оборудования и процессов, в результате потребление энергии снизилось на 36762 ГДж. В 2018 г. планируется реализовать на заводах Компании 22 проекта в области энергоэффективности,

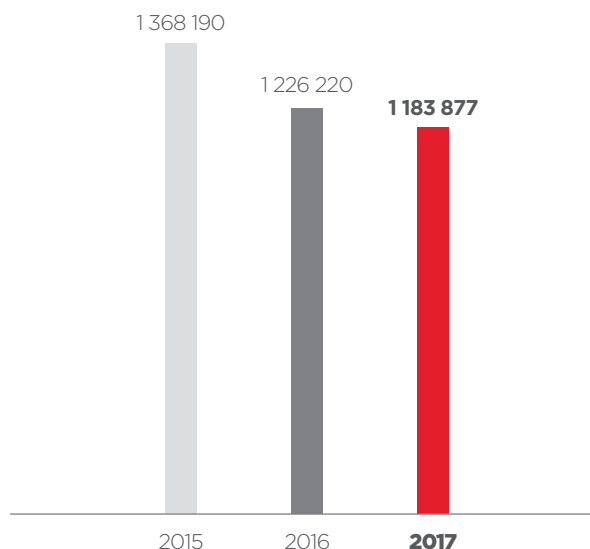
23

**инженерных
проекта выполнены
по повышению
энергетической
эффективности
оборудования
и процессов**

Удельное потребление энергии на 1 л готовой продукции в 2015–2017 гг., МДж/л



Общее потребление энергии в 2015–2017 гг., ГДж



что позволит снизить энергопотребление еще на 81195 ГДж.

Одним из важных результатов проектов по повышению энергоэффективности на заводах Компании является сокращение выбросов парниковых газов. Благодаря совместным усилиям заводов Компании в 2017 г. объем прямых выбросов парниковых газов сократился на 18,7%, составив 82,3 тыс. тонн CO₂-экв. Объем косвенных выбросов парниковых газов от потребления закупленной энергии за отчетный период снизился на 1,7%, составив 58,3 тыс. тонн CO₂-экв. Объем удельных выбросов парниковых газов на литр произведенной продукции Компании составил 63 г CO₂-экв, что ниже показателя 2016 г. на 13,6%.

Компания ведет постоянный мониторинг выбросов парниковых газов с учетом показателей работы оборудования, используемого для производства, доставки и хранения продукции. На каждом заводе функционирует система производственного экологического контроля выбросов CO₂.

Развитие биогазовых проектов в Компании

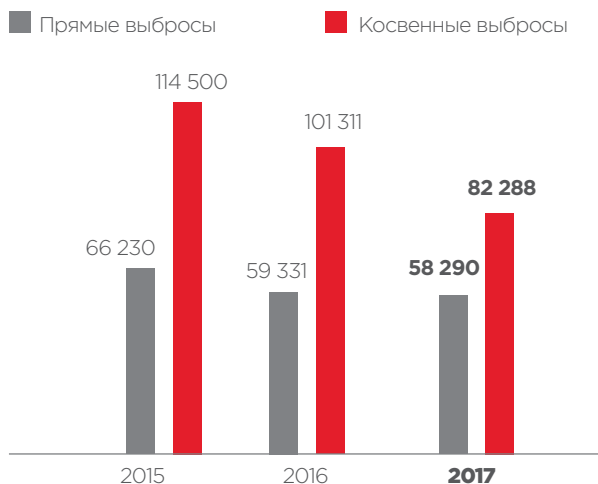
Промышленные сточные воды завода в Истре проходят очистку на локальных очистных сооружениях. На одном из этапов технологической очистки в анаэробных условиях при разложении органических компонентов сточных вод выделяется биогаз. До 2016 г. биогаз сжигался на факеле, однако руководством завода было принято решение использовать его в качестве топлива для подогрева технической воды. В течение 2017 г. в проектное решение был внесен ряд технических изменений, в результате чего повысилась стабильность работы системы. За отчетный период проект позволил сократить потребление природного газа в котельной на 80 тыс. м³, а уже в 2018 г. планируется снизить его на 120–180 тыс. м³. Проект также позволяет сократить ежегодный объем выбросов парниковых газов на более чем 500 тонн CO₂-экв.

Практика использования биогазовых технологий получила развитие и в других филиалах компании. Аналогичный проект

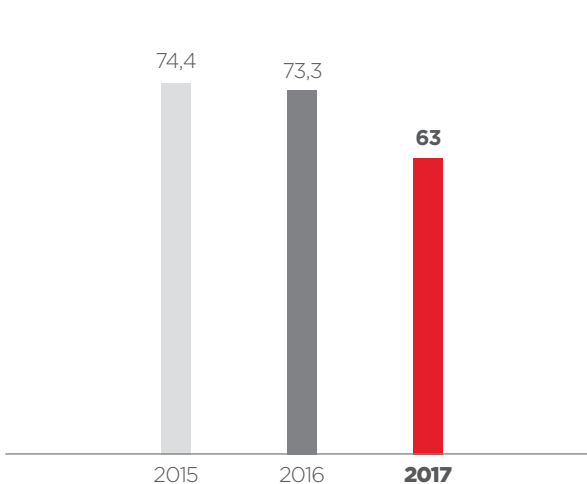
по реконструкции локальных очистных сооружений с использованием технологий анаэробной очистки был завершен в Новосибирске в апреле 2017 г. и позволил сэкономить 25 тыс. м³ природного газа. Проектная мощность установки в зависимости от выбранного режима эксплуатации может обеспечить сокращение потребления природного газа на 60 тыс. м³ в год.

-18,7 %
сокращение
объема прямых
выбросов CO₂-экв.
(парниковых
газов)

Объем прямых и косвенных выбросов парниковых газов от деятельности Компании в 2015–2017 гг., тонн CO₂-экв.



Объем удельных выбросов парниковых газов на литр произведенной продукции 2015–2017 гг., г CO₂-экв./л



ОТВЕТСТВЕННОЕ ВОДОПОЛЬЗОВАНИЕ

Основным показателем эффективности деятельности Компании в области водопользования является удельное потребление воды на 1 литр готовой продукции. Этот показатель учитывает не только расход воды, используемой для приготовления напитка, но и воду, которая потребляется в рамках вспомогательных процессов, таких как обслуживание оборудования, мойка автотранспорта, офисные нужды. Благодаря усилиям Компании в области повышения эффективности производственных процессов удельное потребление воды на 1 литр готовой продукции постоянно уменьшается. Так, в 2017 г. оно снизилось на 6% и составило 1,92 л/л.

Общее водопотребление также демонстрирует неуклонное

снижение. Компания сокращает водозабор как из муниципальных, так и из подземных источников. По сравнению с 2016 г. суммарное водопотребление снизилось на 4,6%, из которых 83% пришлось на сокращение водозабора из скважин.

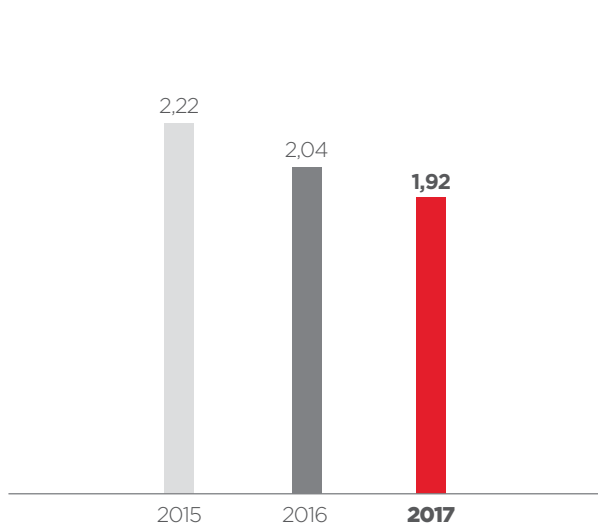
Объем повторно используемой воды остался на уровне 2016 г., при этом доля такой воды незначительно увеличилась.

Более 80% сточных вод объектов Компании отводится в системы коммунальной канализации. Общий объем водоотведения в 2017 г. почти не изменился и составил 1,79 млн м³.

Для повышения эффективности использования водных

ресурсов Компания активно реализует природоохранные проекты, в частности, на 2018 г. запланирована модернизация и ввод в эксплуатацию локальных очистных сооружений целого ряда производственных объектов, а также проектирование очистных сооружений ливневых вод. Четыре инженерных проекта по сокращению водопотребления, реализованные на заводах Компании в 2017 г., позволили сократить расход воды на 21,5 тыс. м³. В 2018 г. планируется реализовать 14 инженерных проектов, которые позволят сократить потребление воды на заводах Компании на 131 тыс. м³. Более трети сокращения водопотребления, 50 тыс. м³, обеспечит проект по модернизации установок обратного осмоса на заводе АО «Мултон» в Щелково.

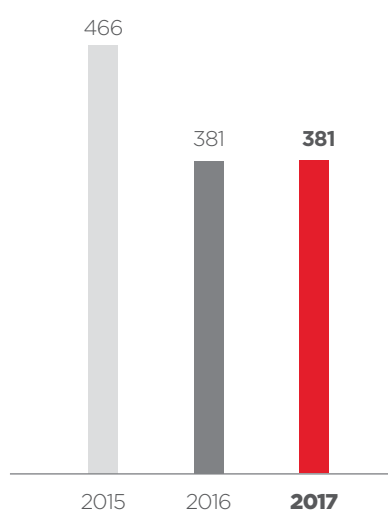
Удельное потребление воды на 1 л готовой продукции в 2015–2017 гг., л/л



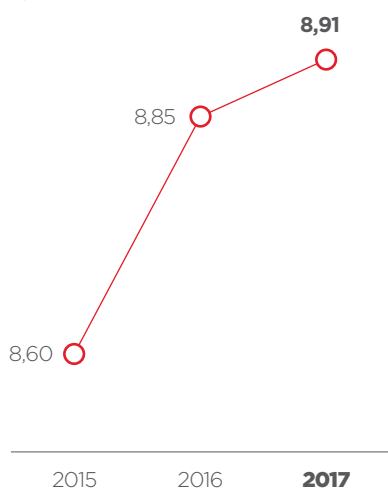
Общее водопотребление в 2015–2017 гг. с разбивкой по источникам, тыс. м³



Объем повторно используемой воды в 2015–2017 гг., тыс. м³



Доля повторно используемой воды в общем объеме водопотребления в 2015–2017 гг., %



Объем сброса сточных вод в 2015–2017 гг. в разбивке по объектам приема, тыс. м³



Планомерное снижение негативного воздействия от использования автомобильного транспорта является одной из приоритетных задач Компании в борьбе за чистую окружающую среду.

В 2017 г. было обновлено 14% легковых транспортных средств. Объем потребления моторного топлива за период 2015–2017 гг. сократился на 30,8%, причем на дизель пришлось меньше половины (41,6%) от этого снижения.

Пробег автомобилей на дизеле и бензине в 2017 г. сократился на 30% и 10% соответственно. Снижение пробега транспорта на сжиженном нефтяном газе составило 9%, или 352 тыс. км.

В рамках инициатив по сокращению потребления топлива в 2017 г. была протестирована система совместного использования автомобилей. Она позволяет снизить нецелевой пробег корпоративного транспорта и размер автопарка, а также более эффективно распределить ресурсы Компании.

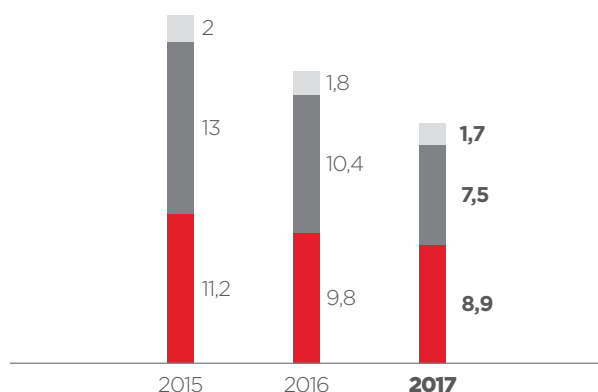
В 2017 г. также прошел «День без автомобиля» — сотрудникам была предложена возможность на время отказаться от поездок на личных автомобилях и воспользоваться общественным транспортом, велосипедом или просто прогуляться пешком. Для водителей корпоративного автопарка в 2017 г. был проведен ряд обучающих сессий, рассказывающих об основных причинах нерационального расхода топлива.

Для снижения выбросов выхлопных газов грузового транспорта в Компании проводится регулярный GPS-контроль маршрутов автотранспорта, осуществляющего доставку готовой продукции по стране. Это позволяет постоянно совершенствовать карту маршрутизации доставки продукции и повышать эффективность использования транспортных средств.

-30 %
сокращение пробега автомобилей на дизельном топливе в 2017 г.

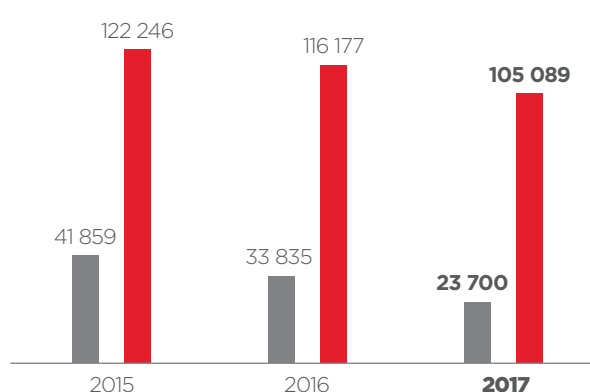
Объем потребления транспортного топлива в 2015–2017 гг., тыс. л

■ Сжиженный нефтяной газ ■ Дизель ■ Бензин



Пробег транспортных средств на разных видах топлива в 2015–2017 гг., тыс. км

■ Дизель ■ Бензин



07.

ЗАБОТА О МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВАХ





>128 МЛН РУБ.

**было инвестировано
в развитие местных
сообществ в 2017 г.**



Система Coca-Cola как проводник добра в повседневную жизнь: что является самым ценным в наших благотворительных и волонтерских проектах?

«Социальные программы системы Coca-Cola в России — это наш вклад в формирование такого общества, в котором мы все хотим жить: стабильного, с равными возможностями для всех, Inspiring trust and mutual respect. Самым ценным в этих проектах является возможность поделиться добром и принести немного радости в жизнь тех, у кого этой радости немного. Мы рады, что наши сотрудники активно участвуют в волонтерских программах и стремятся менять мир вокруг себя к лучшему, ведь мы верим, что корпоративная социальная ответственность — это идеология, присущая зрелому бизнесу».

Алиса Васильева,
Менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами
Coca-Cola HBC Россия



Как участие в волонтерских программах Coca-Cola помогает вам в развитии вашей личности?

«За последние пять лет моей жизни, плотно связанные с благотворительными программами Coca-Cola, я вижу, как сильно волонтерство повлияло на меня! Во-первых, моя жизнь наполнена яркими событиями, разнообразным общением, я чувствую радость, мое мышление сменилось на позитивное. Я стала видеть много возможностей для своего развития, постоянно узнаю много нового. Интересно, что расти и меняться мне особенно помогают те программы, которые нацелены на развитие и социализацию детей. Меня теперь окружает очень много добрых людей, которые вызывают восхищение и желание им подражать. В общем, есть ощущение, что жизнь прекрасна, и в то же время есть желание помочь тем, кто так себя не чувствует. Вижу, как во мне растет эмпатия, улучшаются социальные навыки. Это большое счастье — делать добрые дела и самому наполняться этим добром».

Людмила Калашникова,
Волонтер, Новосибирск



**СОЦИАЛЬНЫЕ
ПРОГРАММЫ
СИСТЕМЫ
COCA-COLA
В РОССИИ — ЭТО
НАШ ВКЛАД
В ФОРМИРОВАНИЕ
ТАКОГО ОБЩЕСТВА,
В КОТОРОМ МЫ ВСЕ
ХОТИМ ЖИТЬ**

Алиса Васильева

Система Coca-Cola в России придает большое значение инвестициям в сообщества, реализуя проекты в двух ключевых направлениях: социальном и экологическом.

Социальные проекты в основном направлены на развитие молодежи и улучшение благосостояния местных сообществ. Экологические проекты в первую очередь призваны решить проблемы с отходами и загрязнением водоемов. В 2017 г. было реализовано более 20 социальных и экологических проектов, которые охватили более 300 тыс. человек по всей России. Координацией деятельности системы Coca-Cola в России в области корпоративной социальной ответственности занимается команда, включающая в себя специалистов из ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», центрального офиса ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» и ключевых регионов присутствия Coca-Cola HBC Россия.

В 2017 г. система Coca-Cola в России инвестировала в развитие сообществ более

128 млн руб. Наибольшую поддержку получили направления развития молодежи и продвижения практики раздельного сбора отходов. Мы сотрудничаем с различными некоммерческими организациями, в том числе с Красным Крестом и Всемирным фондом дикой природы. С увеличением количества проектов растет и список организаций, с которыми мы работаем, — в 2017 г. их количество достигло 40.

Coca-Cola HBC Россия ставит перед собой цель по вовлечению 40% сотрудников в социальные и экологические инициативы. В 2017 г. в них приняли участие почти 4 тыс. человек. Для повышения этого показателя мы разрабатываем Политику волонтерства в рабочее время, согласно которой сотрудники смогут тратить до 8 часов рабочего времени в год на волонтерские проекты.

4 ТЫС.

сотрудников Coca-Cola в России приняли участие в социальных и экологических инициативах в 2017 г.

Инвестиции в развитие местных сообществ в 2017 г.



СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

В 2017 г. система Coca-Cola в России реализовала десять социальных проектов по четырем приоритетным направлениям:

- развитие молодежи и борьба с безработицей;
- социальная адаптация и профессиональная ориентация детей;
- помощь детям, попавшим в трудную жизненную ситуацию;
- помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях.

Одним из ключевых направлений по работе с молодежью является развитие сотрудничества с ВУЗами. В рамках такого сотрудничества проводятся лекции и семинары, бизнес-кейсы, ярмарки вакансий и другие мероприятия. Удачным примером такого взаимодействия может служить многолетнее партнерство с Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС). В 2017 г. шестой раз подряд Coca-Cola поддержала Летний кампус РАНХиГС, собравший студентов со всего мира с целью получения практических навыков проектной работы.

Кроме того, система Coca-Cola в России вовлекает студентов партнерских ВУЗов в свои экологические и волонтерские проекты, а также приглашает их на профориентационные экскурсии

на производство. В 2017 г. заводы Coca-Cola HBC Россия посетили почти восемь тысяч школьников старше 12 лет и студентов, которые узнали об особенностях работы различных отделов. Для иностранных студентов такие экскурсии проводятся на английском языке. Компания также проводит экскурсии, нацеленные на просвещение в области устойчивого развития.

Coca-Cola HBC Россия с 2006 г. поддерживает проведение Российского национального юниорского водного конкурса (Водного конкурса) – крупнейшего независимого конкурса среди учеников старших классов, направленного на поощрение научно-исследовательской деятельности детей и молодежи по охране и восстановлению водных ресурсов. Ежегодно в конкурсе принимают участие более 2,5 тыс. старшеклассников из 80 субъектов страны. В рамках конкурса Coca-Cola HBC Россия учредила собственную номинацию «Охрана и восстановление водных ресурсов в бассейне реки Волги». Кроме того, в 2017 году при поддержке Coca-Cola HBC Россия был реализован проект финалиста конкурса «Маршруты биоэкологических экскурсий на Городском острове Астрахани».

Водный конкурс имеет международный размах: победитель номинации «Международная» отправляется в Швецию для участия в международном Стокгольмском юниорском водном конкурсе, где он соревнуется со старшеклассниками-победителями из более чем 30 стран.

Специально для молодых женщин, имеющих трудности с устройством на работу, система Coca-Cola в России и некоммерческая организация КАФ — Фонд поддержки и развития филантропии — запустила программу, целью которой является поддержка тех, кто хочет начать свой бизнес с нуля и/или получить помощь в профессиональной адаптации. В 2018 г. планируется запуск нового проекта «Youth Empowered. Твой путь к успеху», направленного на обучение молодежи различным навыкам, необходимым для успешного развития карьеры.

Совместная работа с Государственным Эрмитажем позволяет поддерживать молодых реставраторов через предоставление грантов на прохождение обучения в лучших музеях мира. В последующем все, кто прошел обучение, делятся полученным опытом со своими коллегами в регионах, организуя специальные мастер-классы.



В ПАРТНЕРСТВЕ С БЛАГОТВОРИТЕЛЬ- НЫМИ ФОНДАМИ СИСТЕМА СОСА- COLA В РОССИИ АК- ТИВНО РАЗВИВАЕТ ТЕМУ ИНКЛЮЗИИ ЧЕРЕЗ СТРОИТЕЛЬ- СТВО СПОРТИВНЫХ ПЛОЩАДОК, ДО- СТУПНЫХ ДЛЯ ЛЮДЕЙ ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИХ ФИЗИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Подобная поддержка позволяет не только сохранить и развить российскую реставрационную школу, но и удерживать молодые таланты.

Coca-Cola HBC Россия также продолжает реализацию проекта «Растим добро», направленного на социальную адаптацию и профессиональную ориентацию детей из детских домов.

В декабре система Coca-Cola в России провела уже ставшую традиционной акцию «Рождественский караван Coca-Cola», в рамках которой волонтеры подарили праздник 13 тыс. детей в 69 городах России и провели разнообразные мастер-классы, направленные на социальную адаптацию и профессиональную ориентацию детей. В акции приняли участие более 2 тыс. волонтеров, были вовлечены 114 партнерских

компаний. В Уральском регионе проект «Рождественский караван Coca-Cola» выиграл во внутреннем корпоративном конкурсе в номинации «Проекты в сфере корпоративной социальной ответственности».

Летом 2017 г. прошли уже ставшие традиционными всероссийские соревнования по детскому и юношескому футболу «Кожаный Мяч — Кубок Coca-Cola», в котором приняли участие около 20 тыс. детей со всей страны. Победители турнира отправились в международный футбольный лагерь и провели матч против сборной России по футболу.

В партнерстве с благотворительным фондом Елены Исинбаевой и фондом «Обнаженные сердца» система Coca-Cola в России активно развивает тему инклюзии через строительство спортивных площадок, доступных для людей вне зависимости от их физических возможностей. Мы также сотрудничаем со специальными Олимпийскими играми, показывая все возможности по включению людей с ограниченными возможностями в социум.

Система Coca-Cola в России продолжает активно сотрудничать с Российским Красным Крестом (РКК). Это сотрудничество включает оказание помощи людям, пострадавшим от стихийных бедствий и других чрезвычайных происшествий, а также создание запасов на случай чрезвычайных ситуаций. В 2017 году при поддержке Coca-Cola в Московском регионе был создан пункт жизнеобеспечения и пополнены запасы гуманитарной помощи на складе, а в региональных отделениях РКК Ингушетии, Хакасии, Хабаровска были созданы запасы продовольственных товаров для 200 человек.



Помощь жителям Алтайского края, Тюменской и Омской областей, пострадавшим от паводков

В мае 2017 г. в результате сильных паводков уровень воды в реках Обь и Иртыш достиг критических отметок. Почти 13 тысяч жителей Алтайского края, Тюменской и Омской областей оказались в зоне бедствия и столкнулись с нехваткой питьевой воды. Эта проблема встает наиболее остро во время таких чрезвычайных ситуаций, как наводнения. Совместно с Российским Красным Крестом система Coca-Cola в России поставила более 30 тыс. литров питьевой воды BonAqua жителям районов Алтайского края, Тюменской, Омской областей, пострадавшим от паводка.

13 ТЫС.

детей приняли участие в акции «Рождественский караван Coca-Cola»

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ

Борьба с отходами является одним из ключевых элементов повестки устойчивого развития системы Coca-Cola в России.

Для достижения нашей цели — переработки 100% эквивалента выпускаемой на рынок первичной упаковки к 2030 г.— мы ведем работу в двух направлениях: продвижение раздельного сбора отходов и охрана водоемов от загрязнения, в том числе отходами упаковки.

Проект «Разделяй с нами», направленный на продвижение культуры и практики раздельного

сбора отходов в России, в 2017 г. вышел на этап устойчивого роста⁷. Информационно-просветительская часть проекта направлена на приобщение населения к культуре раздельного сбора отходов и реализуется фондом «ЭРА». Для каждой целевой группы был разработан и реализован свой подход и формат работы: экоуроки для школьников, экодворы для местных сообществ,

экоквесты для студентов ВУЗов и экофлешмоб для всей молодежи. В 2017 г. в проекте приняли участие 445 тыс. человек.

В 2017 г. для школьников и учителей 7–11 классов были организованы просветительские экоуроки, обучающие в игровой форме практике раздельного сбора отходов, а также знакомящие с международным опытом. В интерактивных школьных

⁷ Инфраструктурная часть проекта подробно описана в разделе «Отходы и экологичная упаковка» главы «Забота об окружающей среде».



экоуроках приняли участие более 360 тыс. учеников и учителей.

Также в рамках проекта в 2017 г. в 34 городах страны прошло более 100 праздников «Экодвор», в которых приняли участие около 11 тыс. человек всех возрастов. Такие мероприятия нацелены на то, чтобы просветить взрослых и детей в вопросах сортировки отходов.

В ВУЗах проходят экоквесты, в рамках которых студентам предлагается самим пройти все этапы организации раздельного сбора в своих учебных заведениях. За время существования проекта в экоквестах приняли участие 180 высших учебных заведений и более 30 тыс. студентов, а 25 ВУЗов внедрили раздельный сбор на постоянной основе и организовали ассоциацию «Зеленые вузы России».

Те, кто не нашел времени принять участие в субботниках, присоединились к программе «Разделяй с нами» в Интернете. Формат экофлешмоба предполагает выполнение творческих заданий, результатами которых участники делятся в социальных сетях. В первой волне экофлешмоба в течение трех месяцев приняли участие более 10 тыс. человек по всей России.

Деятельность Coca-Cola HBC Россия по борьбе с мусором не ограничивается организацией раздельного сбора отходов. В 2017 г. волонтеры проекта «Зеленые команды», среди которых было 1,4 тыс. сотрудников Компании, очистили от мусора 99 км береговой линии важнейших водоемов России,

высадили деревья и собрали 110 тонн отходов для дальнейшей переработки.

В 2017 г. Компания продолжила реализацию проектов «Живая Волга», «За чистое будущее озера Байкал» и «День Черного моря», направленных на охрану и восстановление водных ресурсов. Проект «Живая Волга» был реализован в сотрудничестве с Всемирным фондом дикой природы, фондом «ЭРА» и другими партнерами. В 2017 г. в рамках образовательной части проекта проводились экоуроки, участниками которых стали 50 тыс. школьников. Проект «День Черного моря» охватил пять городов Краснодарского края, где впервые были проведены экологические праздники во дворах. Также на побережье Черного моря прошли природоохранные акции, а в школах были проведены интерактивные экоуроки. Проект «За чистое будущее озера Байкал» расширил географию, благодаря чему жители Улан-Удэ смогли впервые принять участие в этой природоохранной инициативе. Волонтеры проекта очистили от мусора 5 км побережья Байкала, собрав 3 тонны отходов. Интерактивные уроки «День Байкала» охватили рекордное количество школьников — 105 тыс. человек.

В 2018 г. ключевым направлением водных проектов Компании станет решение проблемы загрязнения акваторий отходами упаковки. Компания продолжит проводить акции по очистке берегов особо ценных водных объектов России и планирует вовлекать в образовательные мероприятия еще большее количество участников и партнеров.

>650 ТЫС.

школьников приняли участие в экоуроках за время существования проекта «Разделяй с нами»

1,4 ТЫС.

сотрудников приняли участие в проекте «Зеленые команды»

08.

ОБ ОТЧЕТЕ





В настоящем отчете раскрыты результаты деятельности Соса-Кола НВС Россия и АО «Мултон» в области устойчивого развития за 2017 г., а также планы на ближайшее будущее.

ГРАНИЦЫ ОТЧЕТА

Настоящий отчет является одиннадцатым отчетом об устойчивом развитии Соса-Кола НВС Россия. Предыдущий отчет был подготовлен за период 2015–2016 гг. и содержал анализ результатов деятельности трех компаний: ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», Соса-Кола НВС Россия и АО «Мултон». В этом году Компания вернулась к годовому циклу отчетности и сузила границы отчета за 2017 г. до двух обществ: Соса-Кола НВС Россия и АО «Мултон».

Отчет об устойчивом развитии является важным инструментом взаимодействия с заинтересованными сторонами. Такой отчет комплексно раскрывает широкому кругу заинтересованных сторон полную и достоверную информацию о приоритетных направлениях деятельности Компании в области устойчивого развития на территории России.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

Отчет подготовлен в соответствии со с основным вариантом Стандартами Глобальной инициативы Руководства по отчетности в области устойчивого развития GRI (Стандарты GRI Standards), вариант раскрытия информации – «основной». Перечень показателей Стандартов GRI Standards

размещен в Приложении 1 к настоящему отчету.

Отчет соответствует основным принципам Руководства отчетности GRI, включая сбалансированность, сопоставимость, точность, своевременность, ясность и надежность.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СУЩЕСТВЕННОСТИ ТЕМ

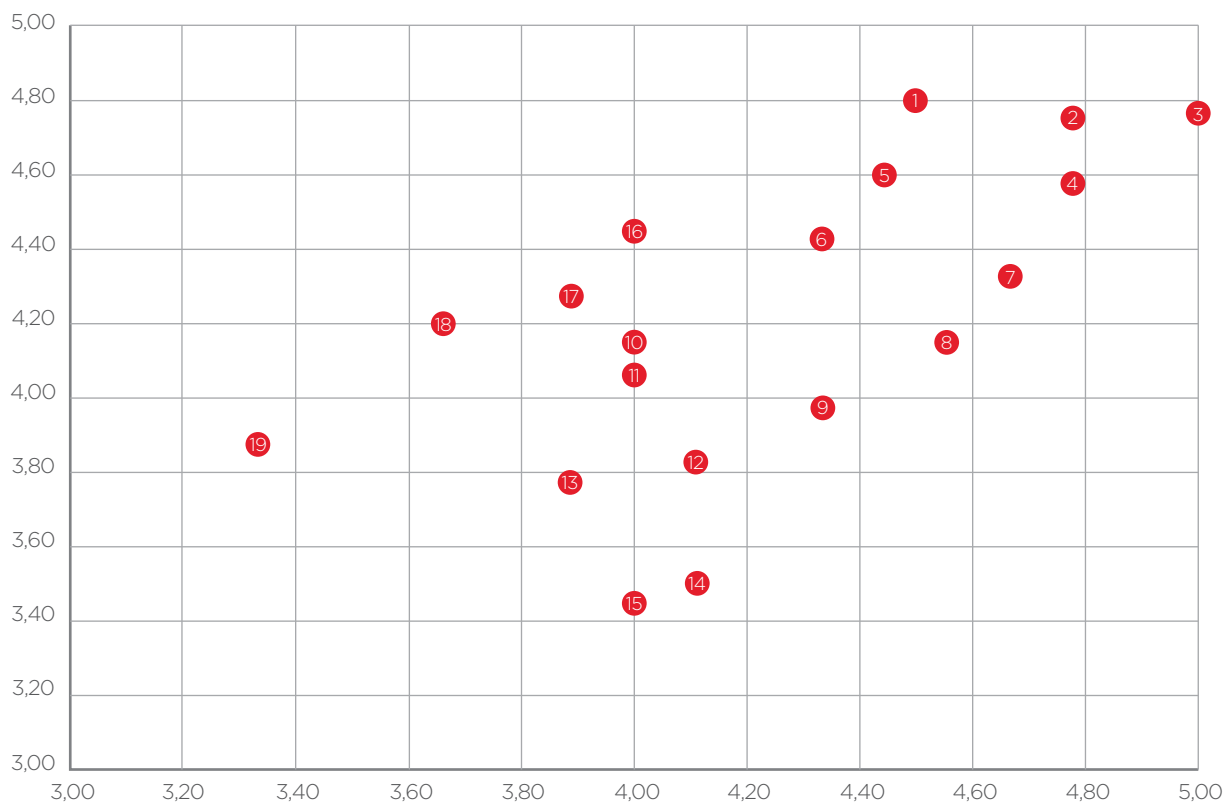
Соса-Кола НВС выделила 12 наиболее важных аспектов устойчивого развития, которые влияют на деятельность Группы на данный момент либо могут повлиять на нее в будущем. Такие аспекты являются ключевыми в отчетах об устойчивом развитии всех компаний Группы. При этом каждая из этих компаний должна самостоятельно определить существенность каждого аспекта с учетом региональной специфики деятельности и может добавить к перечню не более трех дополнительных аспектов.

Для определения степени существенности основных и выявления дополнительных аспектов Компания провела онлайн-опрос мнений, в котором приняли участие более пятидесяти представителей различных групп заинтересованных сторон. Компания также провела анализ внутренних документов, публикаций в СМИ и нефинансовых отчетов российских и зарубежных компаний-аналогов.

По итогам анализа Компания выделила для настоящего

отчета 19 тем, разделив ряд аспектов, определенных Группой, как приоритетные, на несколько тем, а также добавив темы, обусловленные региональной спецификой деятельности. Результаты анализа легли в основу разработки матрицы оценки значимости существенных тем Соса-Кола НВС Россия для внутренних и внешних заинтересованных сторон.

Матрица оценки значимости существенных тем Coca-Cola HBC Россия для внутренних и внешних заинтересованных сторон



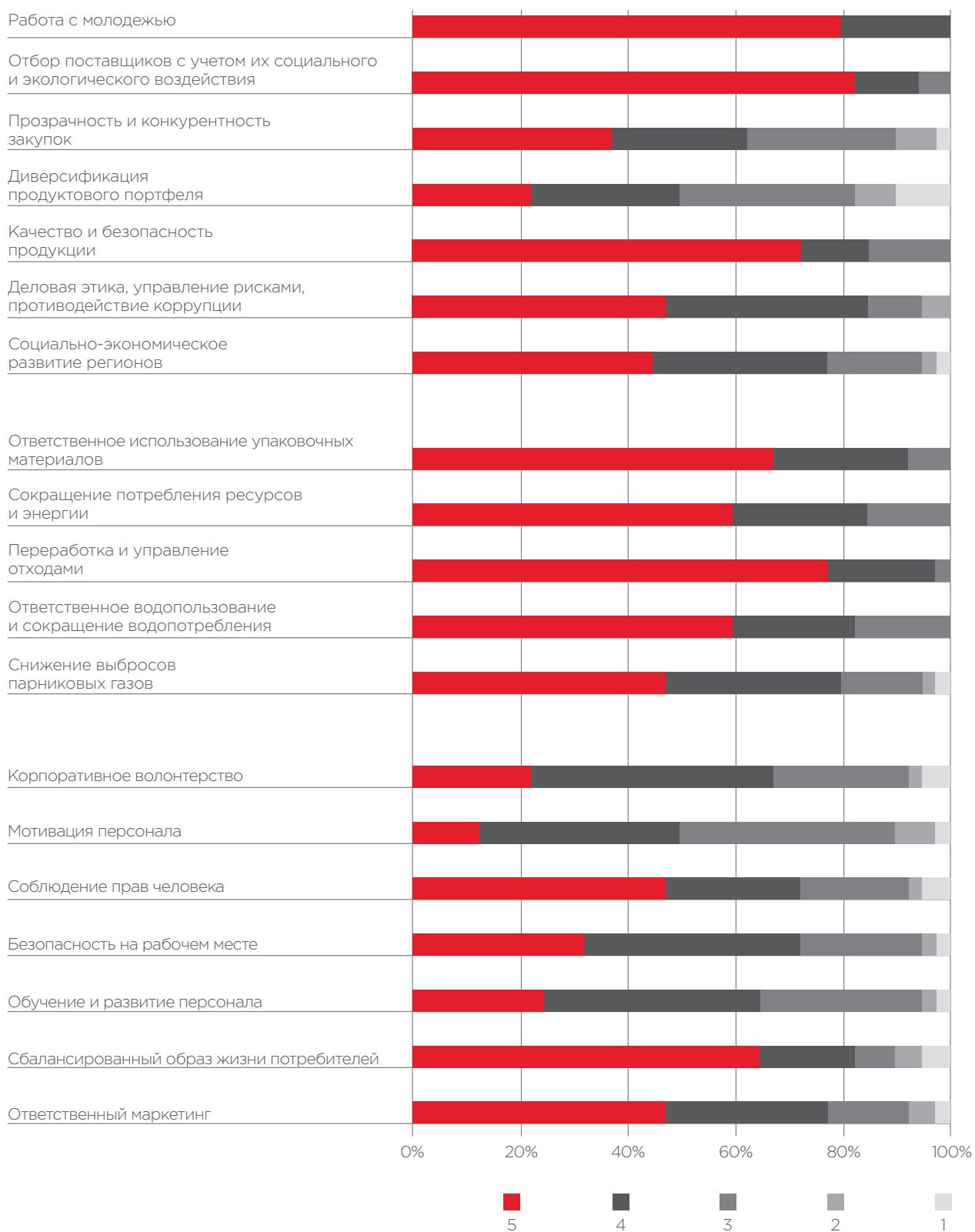
- | | |
|--|---|
| 1 Работа с молодежью | 11 Соблюдение прав человека |
| 2 Переработка и управление отходами | 12 Обучение и развитие персонала |
| 3 Отбор поставщиков с учетом их социального и экологического воздействия | 13 Корпоративное волонтерство |
| 4 Качество и безопасность продукции | 14 Мотивация персонала |
| 5 Ответственное использование упаковочных материалов | 15 Диверсификация продуктового портфеля |
| 6 Ответственное водопользование и сокращение водопотребления | 16 Сокращение потребления ресурсов и энергии |
| 7 Здоровье потребителей | 17 Деловая этика, управление рисками, противодействие коррупции |
| 8 Социально-экономическое развитие регионов | 18 Снижение выбросов парниковых газов |
| 9 Здоровье и безопасность на рабочем месте | 19 Прозрачность и конкурентность закупок |
| 10 Ответственный маркетинг | |

Таблица 5. Существенные темы отчета за 2017 г.

Тема/аспект	Важность для заинтересованных сторон		Обоснование важности темы для Компании
	Внутренних	Внешних	
Прозрачность и конкурентность закупок	3,33	3,88	Компания соблюдает принципы конкурентности и прозрачности закупок в соответствии с требованиями законодательства и с целью поддержки конкурентной среды на рынке.
Отбор поставщиков с учетом их социального и экологического воздействия	5,00	4,76	Использование сырья, производимого поставщиками, оставляет значительный экологический, социальный и экономический след. Деятельность поставщиков в качестве неотъемлемой части бизнес-модели непосредственно влияет на результаты Компании в области устойчивого развития и выполнение ею своих обязательств.
Работа с молодежью	4,50	4,80	Безработица среди молодежи является серьезной проблемой во многих странах мира. Компания проводит программы обучения на предприятиях и стажировки, создает возможности для повышения квалификации и развития бизнес-навыков.
Экологические			
Снижение выбросов парниковых газов	3,67	4,20	Изменение климата представляет потенциальный риск для Компании в связи с возможным ростом цен на энергию, введением углеродного регулирования и т.д. Энергетический менеджмент является стратегическим приоритетом Компании. Компания видит выгоды для бизнеса от инвестиций в развитие энергоэффективности и использование возобновляемых источников энергии.
Ответственное водопользование и сокращение водопотребления	4,33	4,43	Вода является основным ингредиентом продукции Компании. Вода занимает центральное место в производственном процессе и необходима для производства сельскохозяйственного сырья. Чистая и качественная вода в достаточных объемах необходима Компании для развития бизнеса, обеспечения безопасности потребителей, экосистем и местных сообществ, а также для поддержания экономического роста.
Переработка и управление отходами	4,78	4,75	Компания производит большое количество отходов, включая отходы упаковки из различных материалов. Сбор и переработка отходов упаковки, а также вторичное использование материалов является ключевым фактором устойчивого развития Компании.
Сокращение потребления ресурсов и энергии	4,00	4,45	Бизнес-модель Компании подразумевает использование различного сырья и энергии, что оставляет значительный экологический след. Сокращение потребления ресурсов и энергии позволяет Компании улучшать результаты деятельности в области устойчивого развития и сокращать негативное воздействие на экосистемы.

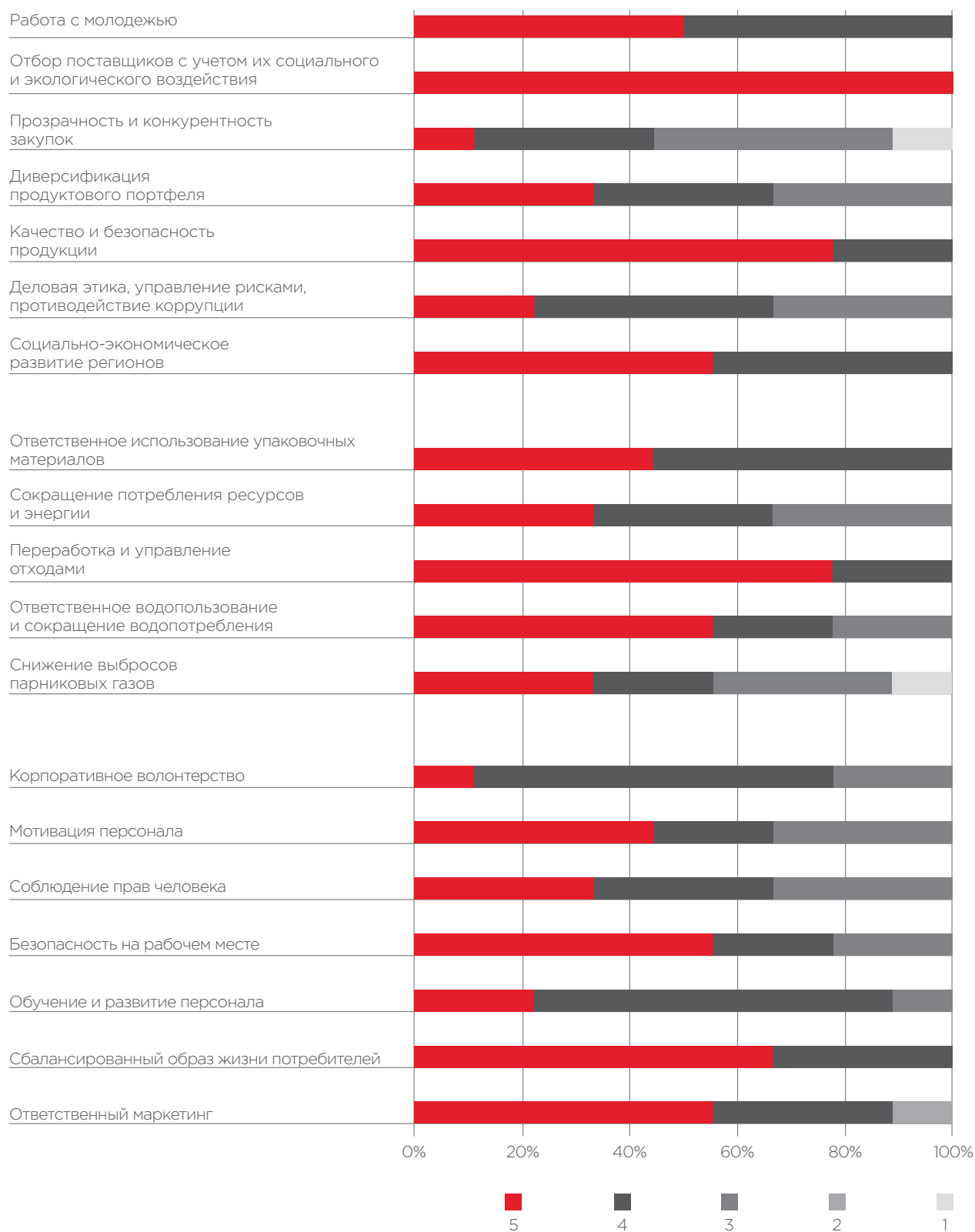
Тема/аспект	Важность для заинтересованных сторон		Обоснование важности темы для Компании
	Внутренних	Внешних	
Ответственное использование упаковочных материалов	4,44	4,60	Неотъемлемой частью бизнеса Компании является производство упаковки для напитков. Отходы упаковки оставляют значительный экологический след. Вторичное использование сырья для производства упаковки и ее переработка являются залогом высоких показателей деятельности Компании в области устойчивого развития.
Социальные			
Ответственный маркетинг	4,00	4,15	Эффективный и ответственный маркетинг является одним из ключевых аспектов бизнеса Компании. Подход к маркетингу и способ привлечения клиентов и покупателей напрямую влияет на репутацию Компании.
Сбалансированный образ жизни потребителей	4,67	4,33	Компания хорошо понимает, что ожирение является глобальной проблемой, вызванной избыточным потреблением калорий. Для Компании важно производить напитки, которые могут входить в сбалансированный рацион потребителей в совокупности с активным образом жизни.
Обучение и развитие персонала	4,11	3,83	Развитие Компании невозможно без команды профессионалов. Программы Компании, нацеленные на обучение и развитие персонала, позволяют ей формировать квалифицированных сотрудников и расти дальше.
Здоровье и безопасность на рабочем месте	4,33	3,98	Сотрудники являются главным активом Компании, поэтому их безопасность входит в число стратегических приоритетов. Безопасные условия труда — это неотъемлемая часть корпоративной культуры Компании.
Соблюдение прав человека	4,00	4,08	С ростом глобализации все больше представителей различных культур и меньшинств работают вместе. Компания создает рабочую среду, в которой поддерживаются разнообразие и инклюзивность, и следит за соблюдением и уважением прав человека во всех регионах деятельности.
Мотивация персонала	4,11	3,50	Успех Компании зависит от мотивированного и вовлеченного персонала. Мотивирование сотрудников и предоставление им различных льгот является главным звеном корпоративной культуры Компании.
Корпоративное волонтерство	3,89	3,78	Корпоративное волонтерство — это ключевой инструмент повышения вовлеченности сотрудников, который позволяет вносить вклад в развитие местных сообществ и смягчать негативное воздействие на окружающую среду. Корпоративное волонтерство является важным элементом корпоративной культуры и действенным инструментом для достижения целей Компании в области устойчивого развития.

Распределение оценок существенности аспектов для внешних заинтересованных сторон



Распределение оценок существенности аспектов для внутренних заинтересованных сторон

101



При подготовке каждого отчета Компания проводит общественные слушания, на которых представители различных групп заинтересованных сторон могут выразить свое мнение относительно его содержания, а также полноты и качества раскрываемой информации. Рекомендации участников общественных слушаний по отчету за 2015–2016 гг. учтены в настоящем отчете.

В отчете за 2017 г. раскрыты все темы, отраженные в матрице оценки значимости существенных тем Coca-Cola HBC Россия для внутренних и внешних заинтересованных сторон. По основным направлениям деятельности Компании описан подход к управлению и приведены показатели согласно Руководству GRI и отраслевому приложению для пищевого сектора.

КЛЮЧЕВАЯ ТЕМА ОТЧЕТА

В настоящем Отчете мы раскрыли все аспекты деятельности Компании в области устойчивого развития за 2017 г., сопровождая их реальными примерами из опыта различных групп заинтересованных сторон нашей Компании. Каждый раздел Отчета начинается с историй людей, которые рассказывают о том, как Компания повлияла на их

жизнь или как они сами влияют на деятельность Компании. Герои историй сильно отличаются по роду деятельности, должностному положению и интересам. Среди них есть спортивные волонтеры, топ-менеджеры и участники стажировок, но всех их объединяет компания Coca-Cola HBC Россия.



Электронная версия отчета за 2017 г. доступна на интернет-сайте Компании:

<https://ru.coca-colahellenic.com/ru/sustainability/>

ОГРАНИЧЕНИЯ

Планы Компании, отраженные в настоящем отчете, носят предварительный характер. Их выполнение зависит от ряда внешних факторов, поэтому фактические результаты, достигнутые в последующие отчетные периоды, могут отличаться от заявленных в отчете за 2017 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ. ТАБЛИЦА СООТВЕТСТВИЯ ОТЧЕТА РУКОВОДСТВУ GRI STANDARDS

**Таблица соответствия информации, содержащейся
в Отчете, Руководству GRI (версия Standards, вариант
«основной»)**

Показатель	Название показателя	Раздел Отчета	Стр. в Отчете
Стандартные элементы раскрытия			
Профиль организации			
102-1	Название организации	1. О Компании	8
102-2	Главные бренды, продукция и услуги	1. О Компании	9
102-3	Местонахождение штаб-квартиры организации	1. О Компании	10
102-4	Количество стран, в которых организация осуществляет свою деятельность, и названия стран, где осуществляется основная деятельность или которые особенно значимы с точки зрения вопросов устойчивого развития, охватываемых отчетом	1. О Компании	10
102-5	Характер собственности и организационно-правовая форма	1. О Компании	8
102-6	Рынки, на которых работает организация (включая географическую разбивку, обслуживаемые отрасли, а также категории потребителей и бенефициаров)	1. О компании	8
102-7	Масштаб организации	1. О Компании	8
102-8	Информация о сотрудниках	5. Забота о персонале	60
102-9	Описание цепочки поставок организации	3. Ответственное принятие решений	34–41
102-10	Описание существенных изменений масштабов, структуры или формы собственности организации, или ее цепочки поставок, произошедших на протяжении отчетного периода	В отчетном периоде существенных изменений не происходило.	
102-11	Использует ли организация принцип предосторожности и каким образом	В 2017 г. Компания не использовала принцип предосторожности для выявления и контроля рисков, а также управления ими.	
102-12	Разработанные внешними сторонами экономические, экологические и социальные хартии, принципы или другие инициативы, к которым организация присоединилась и поддерживает	4. Забота о потребителях	45, 53

Показатель	Название показателя	Раздел Отчета	Стр. в Отчете
102-13	Членство в ассоциациях и/или национальных и международных организациях по защите интересов	1. О Компании	13
Стратегия			
102-14	Заявление генерального директора о значении устойчивого развития для организации и стратегии, применяемой организацией при решении вопросов устойчивого развития	Обращение Генерального директора	2–3
102-15	Описание ключевых воздействий, рисков и возможностей	3. Ответственное принятие решений	30–31
Этика и честность			
102-16	Информация о ценностях и стандартах	1. О Компании	12
102-17	Механизмы обращения за консультациями и сообщения о случаях неэтичного и незаконно-послушного поведения	3. Ответственное принятие решений	28
Корпоративное управление			
102-18	Структура корпоративного управления организацией, включая комитеты высшего органа корпоративного управления. Комитеты, отвечающие за принятие решений по экономическим, экологическим и социальным темам	3. Ответственное принятие решений	25–27
102-21	Консультирование заинтересованных сторон по экономическим, экологическим и социальным вопросам	3. Ответственное принятие решений	33
Взаимодействие с заинтересованными сторонами			
102-40	Список групп заинтересованных сторон, с которыми организация взаимодействует	3. Ответственное принятие решений	32
102-41	Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	5. Забота о персонале	60
102-42	Описание принципов выявления и отбора заинтересованных сторон для взаимодействия	3. Ответственное принятие решений	32
102-43	Описание подхода организации к взаимодействию с заинтересованными сторонами, включая частоту взаимодействия по формам и заинтересованным группам, и сообщение о том, имело ли место взаимодействие, организованное специально для целей подготовки Отчета	3. Ответственное принятие решений 8. Об Отчете	33 96, 102
102-44	Описание ключевых тем/опасений, которые были подняты/высказаны заинтересованными сторонами в рамках взаимодействия с организацией, а также того, как организация отреагировала на эти ключевые темы и опасения, в том числе в рамках подготовки своей отчетности	8. Об Отчете	96–102

Показатель	Название показателя	Раздел Отчета	Стр. в Отчете
102-45	Список всех юридических лиц, отчетность которых была включена в консолидированную финансовую отчетность или аналогичные документы. Сообщение о том, не отсутствует ли в отчете в области устойчивого развития информация о каком-либо юридическом лице, отчетность которого была включена в консолидированную финансовую отчетность или аналогичные документы	ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», АО «Мултон». Консолидированная финансовая отчетность публикуется для Группы Coca-Cola HBC. В Отчете об устойчивом развитии представлена информация только о компаниях Группы, осуществляющих деятельность на территории России.	
102-46	Методика определения содержания отчета и границ тем	8. Об Отчете	96
102-47	Список всех существенных тем, выявленных в процессе определения содержания отчета	8. Об Отчете	97
102-48	Последствия всех переформулировок показателей, опубликованных в предыдущих отчетах, и причины таких переформулировок	Переформулировки показателей не производились.	
102-49	Существенные изменения охвата и границ тем и аспектов по сравнению с предыдущими отчетными периодами	В настоящем отчете представлена информация об ответственном сельском хозяйстве, управлении рисками и корпоративном управлении, не раскрытая в отчетах за предыдущие периоды.	
102-50	Отчетный период	8. Об Отчете	96
102-51	Дата публикации предыдущего отчета об устойчивом развитии	8. Об Отчете	96
102-52	Цикл отчетности	8. Об Отчете	96
102-53	Контактное лицо, к которому можно обратиться с вопросами относительно отчета или его содержания	Менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами	
102-54	Выбранный организацией вариант подготовки отчета в соответствии с руководством GRI	Отчет подготовлен в соответствии с основным вариантом руководства GRI	
102-55	Указатель содержания GRI для выбранного варианта подготовки отчета	Приложение. Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards	
102-56	Выбранный организацией вариант подготовки отчета в соответствии с руководством GRI и указатель содержания GRI для выбранного варианта подготовки отчета	8. Об Отчете. Приложение. Таблица соответствия Отчета руководству GRI Standards	103–108
Подходы к управлению			
103-1	Описание по каждой существенной теме, границы темы	8. Об Отчете	96–102
103-2	Подход менеджмента и его составляющие	3. Ответственное принятие решений 4. Забота о потребителях 5. Забота о персонале 6. Забота об окружающей среде 7. Забота о местных сообществах	25–41 45–53 57–59, 61 77–85 89–93
103-3	Оценка эффективности подхода менеджмента	3. Ответственное принятие решений 4. Забота о потребителях 5. Забота о персонале 6. Забота об окружающей среде 7. Забота о местных сообществах	25–41 45–53 57–59, 61 77–85 89–93

Показатель	Название показателя	Раздел Отчета	Стр. в Отчете
Тематические элементы раскрытия			
Экономические			
201-1	Созданная и распределенная прямая экономическая стоимость	1. О Компании	8
202-1	Соотношение стандартной заработной платы начального уровня у мужчин и женщин и минимальной заработной платы в регионе	5. Забота о персонале	63
203-1	Развитие и воздействие инвестиций в инфраструктуру и безвозмездные услуги	7. Забота о местных сообществах	89
204-1	Закупки у местных поставщиков	3. Ответственное принятие решений	37
205-2	Информирование о правилах и методах борьбы с коррупцией и обучение им	3. Ответственное принятие решений	28
205-3	Подтвержденные случаи коррупции и принятые меры	3. Ответственное принятие решений	28
206-1	Антиконкурентное поведение и антимонопольные практики	3. Ответственное принятие решений	28
Экологические			
301-2	Использование переработанных материалов	6. Забота об окружающей среде	78
302-1	Потребление энергии внутри организации	6. Забота об окружающей среде	81–82
302-4	Сокращение энергопотребления	6. Забота об окружающей среде	81–82
303-1	Общее количество забираемой воды по источникам	6. Забота об окружающей среде	83
303-3	Повторное использование воды	6. Забота об окружающей среде	84
304-2	Описание существенных воздействий деятельности, продукции и услуг на биоразнообразие на охраняемых природных территориях и территориях с высокой ценностью биоразнообразия вне границ охраняемых природных территорий	Компания не ведет хозяйственную деятельность на охраняемых природных территориях и территориях с высокой ценностью биоразнообразия вне границ охраняемых природных территорий.	
305-1	Прямые выбросы парниковых газов (область охвата 1)	6. Забота об окружающей среде	82
305-2	Косвенные энергетические выбросы парниковых газов (область охвата 2)	6. Забота об окружающей среде	82
306-1	Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	6. Забота об окружающей среде	83–84
306-2	Общая масса отходов с разбивкой по видам и методам обращения	6. Забота об окружающей среде	78
307-1	Несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований	В отчетном периоде отсутствовали существенные штрафы и нефинансовые санкции, наложенные за несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований.	
308-1	Экологическая оценка новых поставщиков	3. Ответственное принятие решений	34–36

Показатель	Название показателя	Раздел Отчета	Стр. в Отчете
Социальные			
401-1	Общее число вновь нанятых сотрудников и текучесть кадров	5. Забота о персонале	60–61
401-2	Льготы, предоставляемые сотрудникам, работающим на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости	5. Забота о персонале	63
402-1	Минимальный период уведомления сотрудников в отношении существенных изменений в деятельности организации	5. Забота о персонале	59
403-1	Доля персонала, представленного в официальных комитетах по здоровью и безопасности	5. Забота о персонале	60
403-2	Виды и уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных случаев, связанных с работой, в разбивке по регионам и полу	5. Забота о персонале	66–70
403-3	Доля персонала, подверженного высокому риску получения травм или высокому риску развития профессиональных заболеваний	5. Забота о персонале	66–70
404-1	Среднегодовое количество часов обучения на одного сотрудника	5. Забота о персонале	62
404-2	Программы развития навыков персонала и программы поддержки при переводе на другую работу или завершении карьеры	5. Забота о персонале	62
404-3	Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры	5. Забота о персонале	62
405-1	Состав руководящих органов и основных категорий персонала организации с разбивкой по полу, возрастным группам и другим признакам разнообразия	5. Забота о персонале	60
406-1	Выявленные случаи дискриминации и предпринятые действия	В отчетном периоде случаев дискриминации выявлено не было.	
407-1	Выявленные подразделения и поставщики, которыми могут нарушаться права человека на свободу ассоциации и на заключение коллективных договоров или в которых существует значительный риск нарушения этих прав	В отчетном периоде в подразделениях Компании и у текущих поставщиков нарушения не зафиксированы.	
408-1	Выявленные подразделения и поставщики, в отношении которых имеется существенный риск использования детского труда	В отчетном периоде в подразделениях Компании и у текущих поставщиков случаи использования детского труда не зафиксированы.	
409-1	Выявленные подразделения и поставщики, в отношении которых имеется существенный риск использования принудительного или обязательного труда	В отчетном периоде в подразделениях Компании и у текущих поставщиков случаи использования принудительного или обязательного труда не зафиксированы.	

Показатель	Название показателя	Раздел Отчета	Стр. в Отчете
410-1	Сотрудники службы безопасности, прошедшие подготовку в области политик или процедур по правам человека	В отчетном периоде подготовку в области политик или процедур по правам человека прошли 100% сотрудников службы безопасности	
411-1	Выявленные случаи нарушения прав коренных малочисленных народов	Компания не ведет хозяйственную деятельность на территории проживания коренных малочисленных народов. В отчетном периоде случаи нарушения прав коренных малочисленных народов не зафиксированы.	
412-2	Сотрудники, прошедшие подготовку в области политик или процедур по правам человека	7. Забота о персонале	59
413-1	Взаимодействие с местными сообществами, оценка воздействия и программы развития	7. Забота о местных сообществах	89–93
414-1	Оценка новых поставщиков по социальным критериям	3. Ответственное принятие решений	34–36
415-1	Политический вклад	1. О Компании	13
416-1	Оценка воздействия продуктов на здоровье и безопасность	4. Забота о потребителях	45–50
416-2	Случаи несоблюдения требований в отношении воздействия продуктов на здоровье и безопасность	4. Забота о потребителях	50
417-2	Случаи несоблюдения требований в отношении информации о продуктах, размещенной на упаковке	В отчетном периоде случаев несоблюдения требований в отношении информации о продуктах, размещенной на упаковке, не выявлено.	
418-1	Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях	В отчетном периоде обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях, не поступало.	
419-1	Денежная сумма существенных штрафов, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований в социальной и экономической областях	В отчетном периоде отсутствовали существенные штрафы и нефинансовые санкции, наложенные за несоблюдение законодательства и нормативных требований в социальной и экономической областях.	
Отраслевые стандарты			
FP1	Доля приобретенной продукции от поставщиков, соответствующих ресурсной политике организации	3. Ответственное принятие решений	37
FP2	Объем закупок (%), которые были определены как соответствующие надежным, международно-признанным стандартам в области ответственного производства, в разбивке по стандартам	4. Забота о потребителях	34–35
FP5	Объем продукции, произведенной на объектах, сертифицированных третьей стороной в соответствии с международными стандартами в области систем менеджмента пищевой безопасности	1. О Компании	10

