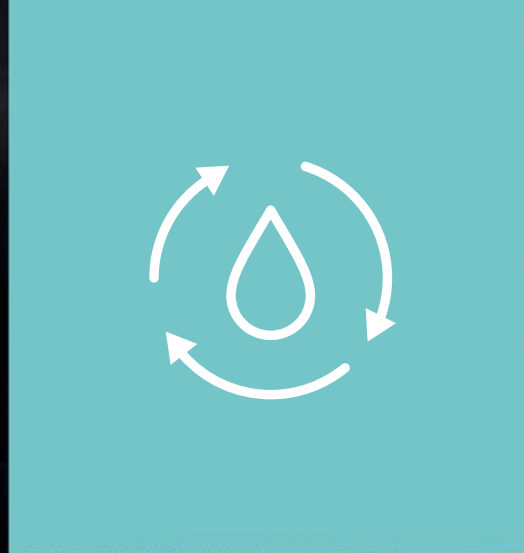




Coca-Cola®
в России

Отчет об устойчивом
развитии Coca-Cola
в России за 2020 год



Содержание

3	Обращение руководства Coca-Cola в России
6	Об отчете
13	Глава 1 Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России
26	Глава 2 Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии
38	Глава 3 Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления
42	Глава 4 Трансформировали социальные проекты и развивали партнерства



53	Глава 5 Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок	98	Глава 9 Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска
61	Глава 6 Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни	110	Глава 10 Развивали и поддерживали наших сотрудников
73	Глава 7 Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья	122	Глава 11 Наше производство стало еще безопаснее
89	Глава 8 Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата	133	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные
		189	Контакты и обратная связь

Обращение руководства Coca-Cola в России



Александр Ружевиц,
генеральный директор
Coca-Cola HBC Россия



Энди Бакингом,
генеральный менеджер
ООО «Кока-Кола Софт
Дринк Консалтинг»

Как вы оцениваете 2020 год для Coca-Cola в России? Можно ли считать его успешным?

АР. Конечно же, 2020 год был особенным из-за пандемии COVID-19, которая так или иначе затронула всех и принесла новые вызовы и трудности в работу наших сотрудников, клиентов и жизнь местных сообществ. В течение всего года безопасность и здоровье всех, кто нас окружает, оставались нашим приоритетом: сотрудники, клиенты, поставщики, потребители и представители местных сообществ. Этот подход лежит в основе ДНК наших ценностей, и он же является основой решений, которые мы принимали, столкнувшись с новой реальностью и необходимостью перестроить операционную

модель. Все это помогло нам обеспечить непрерывность бизнес-процессов, поддерживать стабильно высокие объемы производства, непрерывно поставлять продукцию клиентам и потребителям. В том числе поэтому мы смогли завершить этот сложный год с ростом объемов продаж почти на 1%. Благодаря поддержке наших сотрудников мы смогли уверенно адаптироваться к постоянным изменениям и неустанно оказывать клиентам высокий уровень сервиса. Нас вдохновляли их достижения, и мы очень гордимся тем, что смогли поддержать сотрудников и их семьи и, таким образом, сохранить их вовлеченность на том же высоком уровне, как и в «нормальном» 2019 году.

ЭБ. Хочу особо отметить, что наши усилия по адаптации к новой реальности были направлены не только на бизнес-процессы, но и на программы поддержки местных сообществ в столь непредсказуемое и трудное время. Мы перенаправили большую часть маркетинговых расходов на проекты помощи местным сообществам и сосредоточили внимание на оказании помощи некоммерческим организациям, работающим на передовой. Например, благодаря пожертвованию The Coca-Cola Foundation наш давний партнер Российский Красный Крест приобрел дополнительные аппараты ИВЛ для региональных больниц и предоставил нуждающимся комплекты гуманитарной помощи. В рамках партнерства с Всероссийским благотворительным фондом «Фонд продовольствия «Русь», общероссийской благотворительной программой #МагнитЗабота

и масштабным волонтерским движением #МыВместе Coca-Cola в России оказала поддержку десяткам тысяч социально незащищенным людям, волонтерам и медицинским сотрудникам по всей России, передав им более 750 тыс. л своей продукции. Кроме того, мы задействовали 3D-принтер на Московском заводе для изготовления индивидуальных пластиковых экранов для волонтеров наших партнерских НКО, которые работали в больницах и доставляли продукты питания и напитки нуждающимся. В то же время наши обязательства в области устойчивого развития остались неизменными, и мы не отказались от стратегических социальных и экологических программ. Однако мы адаптировали их к новым реалиям и перевели в онлайн-формат, например, образовательную часть нашей флагманской инициативы «Разделяй с нами», проект «Youth Empowered — Твой путь к успеху» и многие другие традиционные программы. Таким образом, стремясь внести вклад в поддержку местных сообществ, мы сознательно распределяли ресурсы между проектами и перенаправляли их в краткосрочной перспективе на поддержку уязвимых групп населения, а в долгосрочной — на достижение стратегических целей в области устойчивого развития.

АР. Обстоятельства 2020 года показали, насколько важно для бизнеса во всем мире обеспечить устойчивость. На финансовом и операционном уровнях устойчивое развитие необходимо для обеспечения непрерывности бизнеса, в то время как на социальном уровне необходимо продолжать оказывать поддержку

местным сообществам. В основе деловой этики Coca-Cola в России лежит одновременно соблюдение принципов устойчивого развития и ответственный рост, который приносит пользу населению и экономике страны. В 2020 году мы продолжали выполнять свои обязательства в области устойчивого развития даже в таких непредсказуемых условиях, что подтверждает актуальность нашей стратегии для решения современных глобальных задач.

Какой опыт и уроки извлекла Coca-Cola в России из пандемии?

АР. Наши люди, наша команда, имеют первостепенное значение. Нет невозможных задач, если люди вокруг вас переданы делу, гибки и готовы приспосабливаться быстро к изменениям. Когда показываете людям, что вы рядом и понимаете их потребности, они открываются с разных сторон и становятся более креативными в поисках решений, чем когда-либо. Я по-прежнему вдохновляюсь тем, с какой искренностью и заботой наши сотрудники относятся к бизнесу, друг другу и местным сообществам, с которыми мы работаем. Все вместе мы продемонстрировали силу нашей внутренней культуры, которая дает каждому возможность постоянно учиться, принимать решения и брать ответственность на себя, одновременно соблюдая наивысшие стандарты качества работы. Это, например, помогло нам продолжить реализацию наших целей по снижению потребления энергии и воды за счет применения подхода, когда на ежедневной основе мы анализируем

данные и предпринимая небольшие действия для улучшения показателей.

ЭБ. Мы также увидели, что наше открытое взаимодействие с заинтересованными сторонами приносит дополнительную ценность не только нашему бизнесу, но и обществу в целом. С начала пандемии мы тесно сотрудничали с государственными органами, чтобы делиться нашими практиками по реорганизации бизнес-процессов для обеспечения максимальной безопасности сотрудников и партнеров. Этот открытый диалог помог согласовать действия обеих сторон и выстроить такие взаимоотношения, которые способствовали принятию эффективных решений.

Какие темы и вопросы наиболее актуальны для Coca-Cola в России? Отличалась ли повестка 2020 года в России от глобальной?

АР. Я бы сказал, что в целом существенные темы для Coca-Cola в России и в мире одинаковы, но степень значимости для заинтересованных сторон разнится по некоторым из них. На глобальном уровне мы фокусируемся на следующих сферах: сокращение выбросов углекислого газа и отходов, охрана водных ресурсов и предоставление потребителям возможности сбалансировать свое питание. В этих направлениях работают и ставят перед собой цели и задачи все компании, входящие в систему Coca-Cola в мире. Мы также видим, как значительно выросла проблема охраны

труда и промышленной безопасности в 2020 году, и это вполне объяснимо. Если посмотреть на самые большие изменения в подходах и наших бизнес-процессах, связанных с устойчивым развитием, то большинство из них оптимизировано таким образом, чтобы обеспечить высочайший уровень безопасности наших сотрудников, партнеров и потребителей.

ЭБ. Есть локальные темы, которые для нас особенно важны - например, проблема социальной изоляции людей с ментальными расстройствами стоит в России острее, чем во многих других странах. Таким образом, это отдельное направление работы для нас в России: мы строим инклюзивную инфраструктуру и расширяем возможности для социализации людей с особыми потребностями. В связи с этим большим шагом в 2020 году для нас стало официальное объявление о поддержке Специальных Олимпийских Зимних Игр в Казани 2022 года, которые впервые пройдут в России и объединят более 2000 спортсменов из более чем 100 стран.

Каковы основные результаты и прогресс, достигнутые в области обращения с отходами? В каком направлении развивается проект «Разделяй с нами»?

ЭБ. Управление отходами остается для нас одной из ключевых задач в области устойчивого развития. В среднем от 5 до 7% объема бытовых отходов перерабатывается в России. Несмотря на начатую в 2019 году в России «мусорную реформу», ситуация пока остается

неблагоприятной. На долю пластиковой упаковки приходится значительная часть отходов, направляемая на полигоны. Руководствуясь нашей глобальной стратегией «Мир без отходов», мы последовательно работаем над внедрением модели «ноль отходов», которая заключается в сборе с рынка эквивалента первичной упаковки, переходе на полностью перерабатываемую упаковку, увеличении доли использования вторичного ПЭТ в наших преформах, снижении веса нашей упаковки, сокращении отходов производства и повышении культуры раздельного сбора отходов. В 2020 году мы успешно адаптировали образовательную часть нашего флагманского проекта «Разделяй с нами», внедрили несколько интересных инструментов, которые помогли нам привлечь более 800 000 участников. Кроме того, в 2020 году фудшеринг стал одной из важнейших частей нашей работы в сфере управления отходами. Это отличный инструмент для их сокращения и поддержки наиболее уязвимых слоев населения.

АР. В 2020 году мы также продолжили реализацию проекта «Город без отходов» в Казани — комплекса инфраструктурных, образовательных и культурных решений, обеспечивающих сбор и переработку потребительской упаковки.

Как скоро в России появятся такие новые технологии, как бумажная упаковка?

АР. Мы постоянно изучаем инновации, которые могли бы помочь нам достичь целей в области

устойчивого развития с учетом специфики рынка. И мы готовы внедрять их, как только они докажут свою эффективность и надежность. Каждое нововведение в области упаковки должно оцениваться с разных точек зрения: возможность по переработке на конкретном рынке, соблюдение национальных санитарных норм, соответствие запросам потребителей, надежность транспортировки и т. д. Когда мы поймем, что бумажная бутылка или любая другая инновационная упаковка готова для массового производства и подходит для российского рынка, мы представим её нашим потребителям.

Как развивается ваш продуктовый портфель в России? Что будет меняться, а что останется неизменным?

ЭБ. Мы расширяем портфель напитков в соответствии с глобальной стратегией «Наш путь вперед», которая отражает наше желание стать универсальным производителем безалкогольных напитков и поддержать осознанный подход к питанию. Мы хотим, чтобы наш портфель максимально соответствовал вкусам и предпочтениям российских потребителей. 2020 год безусловно стал для нас годом инноваций. Мы расширили свой портфель и выпустили на рынок много новых продуктов, включая низкокалорийные и бескалорийные напитки, несмотря на сложные обстоятельства. Я особенно горжусь FUZETEA — это не так просто найти в категории готовых к употреблению чаев продукт без добавления сахара.

АР. Также в 2020 году в портфеле появилась категория «Кофе»: теперь наши потребители могут наслаждаться вкусом премиум Costa Coffee дома, на ходу и на работе. Этот подход по работе с портфелем останется с нами надолго, поскольку он часть нашей стратегии в области устойчивого развития. Мы рады, что наша цель по снижению содержания сахара в наших напитках на 10% к 2024 году получила поддержку со стороны других производителей в нашей отрасли. Мы всегда будем руководствоваться тенденциями на рынке и мнением потребителей при формировании портфеля, базируясь на следующих принципах: снижение содержания сахара в нашей продукции, внедрение инноваций, предложение небольших вариантов упаковки, информирование потребителей о составе продукции и неукоснительное соблюдение политики ответственного маркетинга.

Каковы ваши планы на 2021 год в области устойчивого развития?

АР и ЭБ. Осталось пять лет, прежде чем мы достигнем наших обязательств в области устойчивого развития в 2025 году. И 2021 год будет посвящен всестороннему анализу и оценке нашего прогресса и выделению фокусных зон. Мы определенно не планируем менять нашу систему и цели, но будем работать над тем, как наиболее эффективно следовать стратегии устойчивого развития.

Об отчете

Качество на первом месте и свежий взгляд на проблему обращения с отходами — что изменилось в отчете за год

GRI 102-1 В Coca-Cola в России подготовка ежегодного отчета об устойчивом развитии тесно связана со всеми бизнес-процессами и совершенствуется вместе с ними. В России мы начали публиковать нефинансовую отчетность одними из первых. Каждый наш отчет охватывает широкий круг тем и вопросов, важных для наших заинтересованных лиц, и отвечает передовым международным стандартам.

В 2020 году внимание мирового сообщества на всех уровнях сосредоточилось на пандемии COVID-19, вызванном ею кризисе и предстоящем после него восстановлении экономики.

Настоящий отчет призван рассказать, как Coca-Cola в России реагирует на вызовы и изменяется, демонстрируя высокий уровень эффективности. Каждый раздел отчета наряду с обзором важных для нас событий и достижений

показывает, как мы трансформируемся, совершенствуем деятельность и последовательно воплощаем в жизнь инициативы в области устойчивого развития. При этом мы не только раскрываем релевантные для компании показатели, но и рассказываем, как именно добились результатов.

GRI 101 Особое внимание в отчете уделено тем изменениям и улучшениям, которые позволили Coca-Cola в России продолжать выполнение обязательств в области устойчивого развития в условиях меняющихся требований к бизнесу. Мы осознаем свою ответственность в области снижения воздействия на окружающую среду, поэтому стремится к максимально эффективному использованию водных ресурсов, сокращению отходов и снижению выбросов парниковых газов. В отчете отражены инициативы 2020 года в рамках этих направлений — вклад Coca-Cola в России как одного из лидеров в производстве напитков и ответственной компании в решение общих проблем.

Наряду с экологическими аспектами, Coca-Cola в России сосредоточивает усилия на поддержке местных сообществ в регионах присутствия, а также ставит перед собой задачу развиваться как ответственный и этичный работодатель, производитель и деловой партнер. За 2020 год, когда требования к компаниям со стороны потребителей, сотрудников, органов государственной власти и других заинтересованных сторон динамично менялись на фоне пандемии, Coca-Cola в России сумела

быстро адаптироваться, эффективно расставить приоритеты и перенаправить ресурсы в краткосрочной перспективе для поддержки уязвимых групп, а в долгосрочной — для достижения стратегических целей в области устойчивого развития.

Отчет об устойчивом развитии — прекрасная возможность дать слово тем, кто работает в компании и вместе с ней. Мы гордимся своими сотрудниками на всех уровнях: их профессионализм, увлеченность своим делом, живой интерес к актуальным темам для Coca-Cola в России и общества темат помогают нам совершенствоваться. Мы благодарны нашим клиентам и партнерам за консолидацию усилий для достижения целей в области устойчивого развития.

Существенные темы

GRI 102-46 В процессе формулирования и определения существенных тем для раскрытия в отчете мы руководствовались стратегическими приоритетами и обязательствами в области устойчивого развития, самыми актуальными в российском и международном контексте вопросами, а также поступающими от заинтересованных сторон запросами и рекомендациями. Мы проанализировали 17 существенных тем, вошедших в отчет 2019 года, с точки зрения актуальности и включили в перечень 15 наиболее важных из них, которые предложили оценить представителям всех

заинтересованных сторон в рамках традиционного опроса. Мы попросили каждого из участников оценить степень важности той или иной темы по 10-балльной шкале в двух разрезах: значимость в контексте воздействия на экономику, окружающую среду и социальную сферу, а также значимость непосредственно для респондента и той социальной группы, которую он(а) представляет.

Итоговый результат:

15 существенных тем

Процесс определения существенных тем и их классификация

1. Источники



Рекомендации заинтересованных сторон Coca-Cola в России, полученные к отчету об устойчивом развитии 2019 года.



Результаты опроса представителей внешних и внутренних групп заинтересованных сторон Coca-Cola в России.

2. Критерии отбора

— Соответствие стратегии и обязательствам Coca-Cola в России в области устойчивого развития.

— Значимость экономического, экологического и социального воздействия Coca-Cola в России.

— Значимость темы для заинтересованных сторон при оценке деятельности Coca-Cola в России и принятии решений.

→ Экономический аспект	— Устойчивое экономическое развитие. — Качество сырья и развитие устойчивого сельского хозяйства в России.	— Устойчивые инновации. — Ответственный маркетинг. — Устойчивое развитие поставщиков.
→ Экологический аспект	— Борьба с изменением климата: снижение выбросов парниковых газов, сокращение потребления энергии и ресурсов.	— Ответственное водопользование и водопотребление. — Управление отходами и переработка.
→ Социальный аспект	— Принципы корпоративного управления, деловая этика и противодействие коррупции. — Вовлечение заинтересованных сторон. — Качество и безопасность продукции. — Сбалансированный образ жизни потребителей: снижение сахара и калорий в нашей продукции.	— Благополучие и развитие сотрудников. — Охрана труда и безопасность на рабочем месте — для сотрудников и по всей цепочке поставок. — Программы поддержки местных сообществ (образование и развитие молодежи, развитие инклюзивного общества, оказание гуманитарной помощи, корпоративное волонтерство).

ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ COCA-COLA В РОССИИ ЗА 2020 ГОД

7

Матрица существенности Coca-Cola в России

GRI 102-47 В оценке значимости ключевых тем в области устойчивого развития приняли участие **129 представителей** групп внутренних и внешних заинтересованных сторон, среди которых были представители наших поставщиков, клиентов, некоммерческих, отраслевых и общественных организаций, вузов и научных учреждений, сотрудники различных подразделений Coca-Cola в России. Стоит отметить, что в ходе опроса все 15 тем получили высокие баллы.

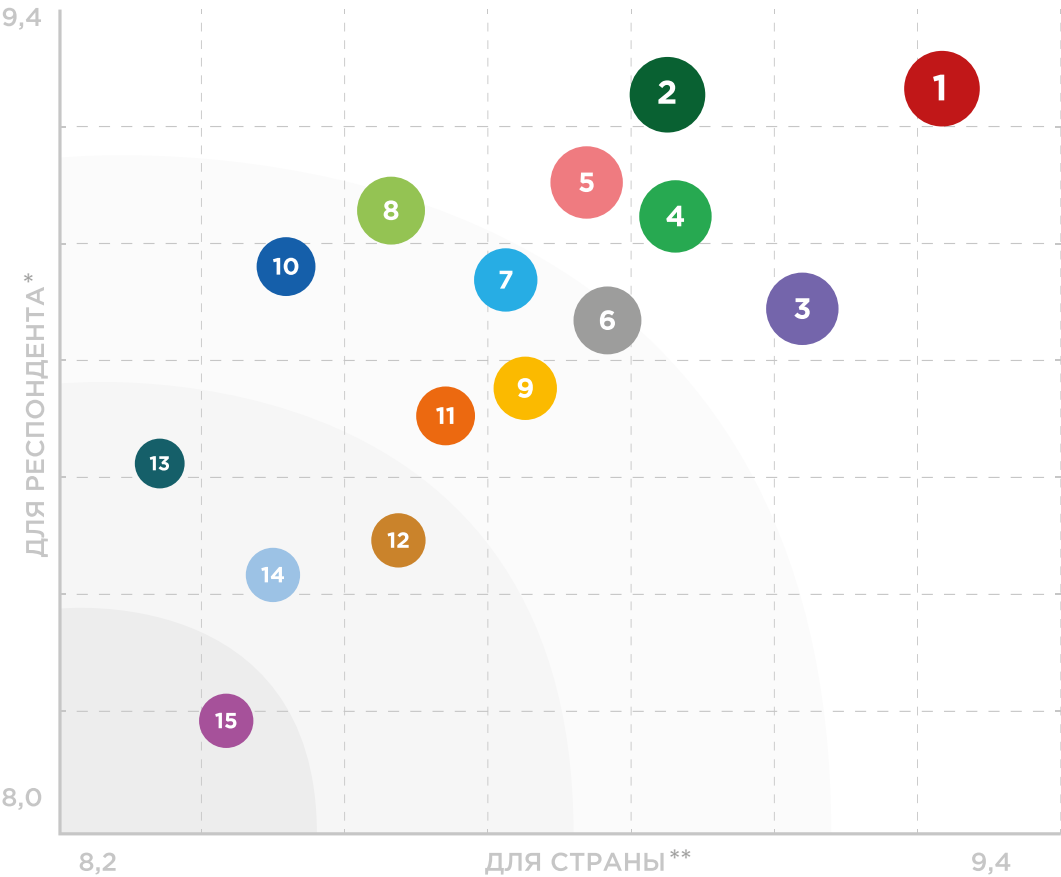
Для большей наглядности мы отобрали список существенных тем с помощью матрицы, в которой ранжировали все 15 из них в соответствии со средней оценкой по итогам опроса.

Самой актуальной респонденты сочли тему **качества и безопасности продукции (1)**, на втором месте оказались **принципы корпоративного управления, деловая этика и противодействие коррупции (2)**, на третьем — **качество сырья и развитие устойчивого сельского хозяйства в России (3)**. В предыдущие два года безусловным лидером по значимости была тема **переработки и управления отходами**, которая в 2020 году заняла пятое место в матрице, после **охраны труда и безопасности на рабочем месте — для наших сотрудников и по всей цепочке поставок (4)**.

Такие изменения мы связываем как с внешними факторами, включая пандемию COVID-19,

так и с увеличением по сравнению предыдущими годами числа участвующих в нашем опросе поставщиков, для которых тема качественного сырья наиболее важна. Тем не менее тема отходов

по-прежнему является одной из приоритетных для наших респондентов, что подтверждает актуальность инициатив Coca-Cola в России в данном направлении.



* Значимость темы для заинтересованных сторон при оценке деятельности Coca-Cola в России

** Значимость экономического, экологического и социального воздействия Coca-Cola в России

Существенная тема	Страна	Респондент	Раздел отчета, в котором раскрыта тема	Границы раскрытия
1 Качество и безопасность продукции	9,43	9,24	Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни	Coca-Cola в России
2 Принципы корпоративного управления, деловая этика и противодействие коррупции	9,04	9,25	Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления	Coca-Cola в России
3 Качество сырья и развитие устойчивого сельского хозяйства в России	9,21	8,89	Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок	Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»
4 Охрана труда и безопасность на рабочем месте — для наших сотрудников и по всей цепочке поставок	9,05	9,04	Наше производство стало еще безопаснее	Coca-Cola в России
5 Переработка и управление отходами	8,96	9,06	Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья	Coca-Cola в России, Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон» — отходы производственные
6 Устойчивое экономическое развитие	8,97	8,81	Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии	Coca-Cola в России
7 Устойчивое развитие поставщиков	8,82	8,91	Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок	Coca-Cola в России
8 Устойчивые инновации	8,67	9,03	Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата	Coca-Cola в России

Существенная тема	Страна	Респондент	Раздел отчета, в котором раскрыта тема	Границы раскрытия
9 Благополучие и развитие сотрудников	8,88	8,76	Развивали и поддерживали наших сотрудников	Coca-Cola в России
10 Вовлечение заинтересованных сторон	8,54	8,98	Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии	Coca-Cola в России
11 Ответственное водопользование и водопотребление	8,77	8,71	Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска	Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»
12 Программы поддержки местных сообществ (образование и развитие молодежи; развитие инклюзивного общества; оказание гуманитарной помощи; корпоративное волонтерство)	8,71	8,47	Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии Трансформировали социальные проекты и развивали партнерства Развивали и поддерживали наших сотрудников	Coca-Cola в России
13 Борьба с изменением климата: снижение выбросов парниковых газов, сокращение потребления энергии и ресурсов	8,32	8,61	Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья	Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»
14 Ответственный маркетинг	8,48	8,43	Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России	Coca-Cola в России
15 Сбалансированный образ жизни потребителей: снижение сахара и калорий в нашей продукции	8,43	8,18	Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни	Coca-Cola в России

Границы и принципы подготовки отчета

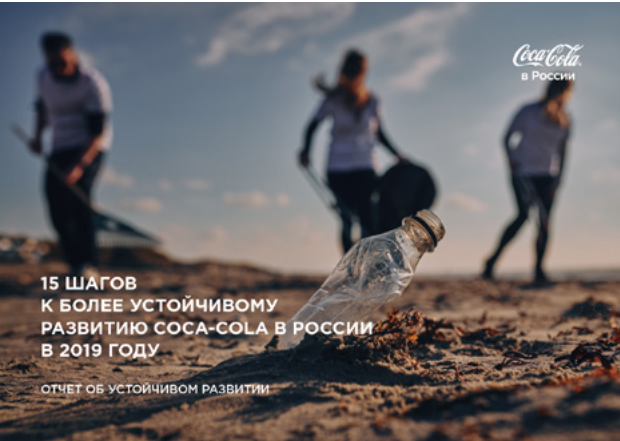
GRI 102-5, GRI 102-50 В отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год (далее — отчет) представлена информация о результатах работы в области устойчивого развития трех компаний — ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» (также Coca-Cola HBC Россия) и АО «Мултон» — за период с 1 января по 31 декабря 2020 года. Цель отчета — предоставить широкому кругу заинтересованных сторон достоверную и полную информацию о деятельности Coca-Cola в России в области устойчивого развития на территории Российской Федерации в 2020 году.

GRI 102-54 Отчет подготовлен в соответствии с требованиями и критериями международных стандартов отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности GRI Standards (Стандарты GRI). Способ раскрытия информации — основной (CORE). При разработке отчета мы руководствовались принципами сбалансированности, сопоставимости, точности, своевременности, ясности и надежности в соответствии со Стандартами GRI для обеспечения высокого качества раскрытия информации. Список выбранных и раскрытых показателей приведен в разделе [«Таблица соответствия отчета Руководству GRI Standards»](#).

Представленный отчет базируется на информации, собранной на основе серии интервью

с топ-менеджерами, руководителями направлений и функций, а также участниками инициатив Coca-Cola в России, исследования мнений заинтересованных сторон, анализа внутренних документов и публикаций в СМИ.

GRI 102-51 Предыдущий отчет об устойчивом развитии Coca-Cola (за 2019 год) был опубликован в 2020 году.



GRI 102-52 Настоящий документ — четвертый отчет об устойчивом развитии, который отражает анализ результатов работы трех компаний Coca-Cola в России. Третий отчет был подготовлен по результатам 2019 года, второй — по данным за 2018 год. Первый отчет раскрывал информацию за 2015-2016 годы. Для Coca-Cola HBC Россия (включая АО «Мултон») это уже 14-й отчет об устойчивом развитии.

Ограничения

Планы и цели, сформулированные Coca-Cola в России в отчете за 2020 год, являются предварительными и могут меняться под воздействием внешних и внутренних факторов. Результаты деятельности, описываемые в будущих отчетных периодах, могут отличаться от заявленных в отчете за 2020 год.

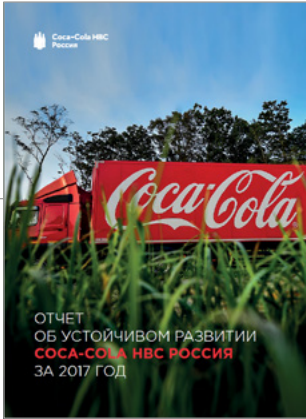
Перспективы развития нефинансовой отчетности

Отчет за 2020 год подготовлен в соответствии с теми же стандартами, которые были охвачены в 2019 году: раскрыты 98 показателей Стандартов GRI. На данный момент такой уровень раскрытия полностью соответствует как запросам заинтересованных сторон, так и целям Coca-Cola в России. Тем не менее мы всегда открыты к инновациям и изменениям, если это требуется для улучшения взаимодействия со стейкхолдерами. Если текущий вариант перестанет соответствовать интересам Coca-Cola в России и наших заинтересованных сторон, в будущем мы можем расширить объемы раскрытия информации. Аналогичную позицию мы занимаем по отношению к включению в отчет других стандартов нефинансовой отчетности, помимо Стандартов GRI.

Глобальная инициатива по отчетности GRI Standards постоянно развивает и совершенствует стандарты, принимает во внимание Цели устойчивого развития ООН (ЦУР ООН), что позволяет не только охватывать наибольшее количество направлений деятельности компании, но и раскрывать информацию через призму ЦУР ООН.

Отчет об устойчивом развития для Coca-Cola в России — важный инструмент взаимодействия с заинтересованными сторонами. При подготовке отчета нам важно, с одной стороны, услышать мнения стейкхолдеров, а с другой — проанализировать свою деятельность на соответствие взятым на себя обязательствам и ожиданиям заинтересованных сторон. Каждый год мы проводим общественные слушания, и обратная связь, которую мы получаем от участников, учитывается при подготовке отчета.

С каждым новым отчетом Coca-Cola в России стремится улучшать подачу информации, делать её более живой, яркой и доступной. В будущем мы планируем сделать отчет еще нагляднее не только за счет живой подачи, но и благодаря интерактивным информационным инструментам.



Coca-Cola

ТУТ КАЛОРИЙ МЕНЬШЕ ИЛИ СОВСЕМ НЕТ

Coca-Cola

ГЛАВА 1

ВЫПУСТИЛИ НОВЫЕ
БЕСКАЛОРИЙНЫЕ
ПРОДУКТЫ И СТАЛИ
СИСТЕМООБРАЗУЮЩИМ
ПРЕДПРИЯТИЕМ РОССИИ

ШЕ ИЛИ СОВСЕМ НЕТ

Coca-Cola



Каждый год Coca-Cola в России стремится к тому, чтобы вести бизнес эффективнее и сделать вклад в общество максимально позитивным.

Coca-Cola в России

GRI 102-2, GRI 102-4, GRI 102-6

Coca-Cola в России — это три самостоятельные компании, с разной структурой собственности*. Вместе они создают единую цепочку добавленной стоимости — производят, продают и продвигают безалкогольные напитки на территории России под брендами The Coca-Cola Company.

* Подробно о структуре собственности компаний Coca-Cola в России мы рассказывали в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola HBC Россия за 2015-2016 гг. (стр. 8) и в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola HBC Россия за 2017 год (стр. 8), с которыми вы можете [ознакомиться здесь](#).

The Coca-Cola Company

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

GRI 102-3 Центральный офис: Россия, 121552, г. Москва, ул. Ярцевская, д. 19, блок Б.



ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» (также Coca-Cola HBC Россия) входит в состав Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG — одного из крупнейших в мире производителей продукции под товарными знаками The Coca-Cola Company. Производит напитки и доставляет их потребителям.

GRI 102-3 Центральный офис: Россия, 108811, г. Москва, п. Московский, 22-й км Киевского ш., домовл. 6, стр. 1.

мултон

АО «Мултон» занимается формированием линейки соковой продукции и ее производством.

GRI 102-3 Центральный офис: Россия, 108811, г. Москва, п. Московский, 22-й км Киевского ш., домовл. 6, стр. 1.

В 2020 ГОДУ МЫ:



работали над улучшением качества напитков и вывели на рынок новые бескалорийные продукты, продолжая заботиться о здоровье потребителей;



уделяли большое внимание безопасности сотрудников и всех, кто с нами взаимодействует;



снизили негативное влияние на окружающую среду за счет сокращения выбросов парниковых газов и рационального управления водными ресурсами и отходами;



упрочили сотрудничество с партнерами по бизнесу, отраслевыми ассоциациями, некоммерческими организациями и государством;



были включены в список системообразующих предприятий российского агропромышленного комплекса (АПК).

Coca-Cola в России является крупным инвестором в экономику страны. Мы поддерживаем **почти 56,7 тыс.** рабочих мест в смежных сферах экономики*, развиваем рынки, на которых работаем и вместе с партнерами вносим значительный вклад в социально-экономическое развитие регионов. Оценивая его по всей цепочке создания стоимости, мы учитываем результаты нашей деятельности и экономический эффект для всей цепочки поставок. За период с 2017 по 2020 год Coca-Cola HBC AG создала **11,8 млрд евро** в виде добавленной стоимости по всей цепочке. В 2020 году Coca-Cola HBC Россия вошла в **топ-100 системообразующих предприятий российского АПК**: мы сфокусированы на локализации закупок и поддержке российских производителей, тем самым содействуем развитию отрасли. Coca-Cola в России регулярно отчитывается перед правительством об экономическом и социальном состоянии компаний. Включение нас в список на государственном уровне подтверждает важность нашей деятельности для потребительского рынка и занятости в регионах.

* Согласно отчету о Комплексной оценке социально-экономического вклада системы Coca-Cola в странах-участницах ЕАЭС (Армении, Беларуси, Казахстане, Кыргызстане и Российской Федерации) за 2015–2020 гг. мультипликатор рабочих мест в России составляет 8,3, а число сотрудников на конец 2020 года — 6 831 человек.

Увеличили объем продаж и расширили портфель продукции

На 0,9%

увеличился объем продаж Coca-Cola HBC Россия в 2020 году

Бренды и напитки

Теперь у нас **20** брендов, и наш портфель расширился со 127 до **153** разновидностей напитков

Несмотря на объективные сложности, с которыми столкнулся бизнес по всему миру, нам удалось не только сохранить уровень продаж продукции Coca-Cola в России, но и немного повысить его.

Согласно принятой на глобальном уровне практике отчетности, финансовые показатели работы системы Coca-Cola отдельно по странам не публикуются, а данные о финансовых результатах можно найти в Интегрированном годовом отчете Coca-Cola HBC AG за 2020 год и в Интегрированном годовом отчете The Coca-Cola Company за 2020 год.

Для нас 2020 год был еще более успешным, чем предыдущий: объем продаж Coca-Cola HBC Россия увеличился **на 0,9%** — продукция Coca-Cola в России пользуется высоким спросом среди потребителей. По-прежнему лидировала категория газированных напитков, а лучшие результаты в категории показал премиальный бренд Schweppes. По сравнению с 2019 годом продажи Coca-Cola без сахара, а также все альтернативы под ТМ Coca-Cola без содержания сахара (Coca-Cola Корица без сахара, Coca-Cola Вишня без сахара, Coca-Cola Апельсин без сахара, Coca-Cola Без сахара) выросли **на 15%** в транзакциях. Доля продукции в важном для нас формате упаковки — объемом 0,33 л и менее — составила **почти 22%** от общего объема продаж в транзакциях.

В 2020 году мы увеличили количество брендов с 18 до **20**, и наш портфель расширился со 127 до **153** разновидностей напитков.

С 2016 года мы последовательно наращивали объемы производства с одновременным сокращением количества производственных линий, то есть стали рациональнее подходить к использованию производственной инфраструктуры. За этот период производство увеличилось с 2,1 млрд до **2,3 млрд** литров напитков, причем в 2020 году нам удалось избежать сокращения объемов по сравнению с предыдущим годом благодаря быстрой перестройке многих бизнес-процессов и высокой эффективности наших сотрудников.

С начала пандемии сотрудники Coca-Cola в России были обеспечены средствами индивидуальной защиты, а наши производственные участки и офисы подвергались усиленной санитарной обработке. В целях безопасности и избегания личных контактов Coca-Cola в России перевела офисных сотрудников на дистанционный режим работы. Мы также усовершенствовали подход к дезинфекции транспортных средств, которые обеспечивают поставки нашей продукции на рынок. Благодаря оперативно принятым мерам ни одна из производственных линий не прекращала работать в кризисное время, и мы избежали перебоев в поставках продукции, при этом заботясь о безопасности наших поставщиков и клиентов.

Главной ценностью Coca-Cola в России всегда были и будут люди: все, кто с нами работает, наслаждается нашей продукцией, стремится сделать мир лучше вместе с нами. Сотрудники Coca-Cola в России формируют основу нашего бизнеса. Без их профессионализма и усердной работы наш успех не был бы возможен, и в непростом 2020 году мы делали всё, чтобы их поддержать. Так, мы оказывали психологическую поддержку сотрудникам через анонимную горячую линию и помогали справиться с трудностями посредством реализации масштабной внутренней кампании «Пройдем это вместе» в период пандемии.

Подробнее с программами и проектами Coca-Cola в России для сотрудников вы можете ознакомиться в разделе [«Развивали и поддерживали наших сотрудников»](#).

Эффективность бизнеса неразрывно связана с умением выстраивать партнерские отношения, что было особенно заметно на фоне трудностей пандемии и вызванного ею кризиса. В это сложное время Coca-Cola в России пыталась поддержать компании из наиболее пострадавших отраслей. В частности, поддержку получили наши партнеры из индустрии гостеприимства. В рамках масштабной коммуникационной кампании «Откройся как никогда раньше» мы задействовали свои медийные мощности, чтобы рассказать о возобновлении работы кафе и ресторанов, которые стали участниками этой программы.

Подробнее о том, как мы взаимодействуем с партнерами, вы можете узнать в разделе [«Трансформировали социальные проекты и развивали партнерства»](#).

Для Coca-Cola в России важны люди, которые нас окружают, поэтому мы всеми силами стремимся помогать обществу, развивая социальные программы и корпоративное волонтерство. В 2020 году мы оперативно перестроили нашу повестку социальных инвестиций, чтобы помочь всем тем, кто стал нуждаться в нашей помощи и поддержке. Во время пандемии резко возросло количество и расширились категории благополучателей, поэтому мы активно сотрудничали с НКО и бизнесом, использовали свою инфраструктуру, трансформировали форматы традиционных проектов, чтобы не оставить никого без внимания. В то же время мы продолжили развивать долгосрочные системные социальные инициативы.

Подробнее о социальных проектах Coca-Cola в России рассказывается в разделе [«Трансформировали социальные проекты и развивали партнерства»](#).

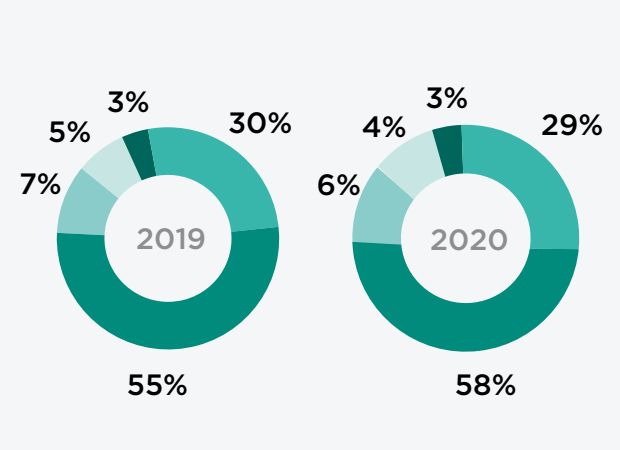
Портфель брендов: добавили более 20 новых разновидностей напитков

Coca-Cola в России является крупным производителем прохладительных напитков и предлагает своим потребителям продукцию на любой вкус.

Наша цель — предоставлять широкий ассортимент продукции, непрерывно улучшая ее ингредиентный состав. Мы хотим полностью соответствовать ожиданиям потребителей и одновременно приятно удивлять их, помогать им заботиться о своем здоровье и благополучии, поэтому каждый год предлагаем новые бескалорийные и низкокалорийные напитки.

В 2020 году портфель компании в России насчитывал **153** различных видов напитков под **20** брендами, увеличившись более чем на 20 новых продуктов, в том числе без добавления сахара или с его сниженным содержанием.

Структура продуктового портфеля по объему реализованной продукции



58%
Газированные напитки:
Coca-Cola, Coca-Cola без сахара, Fanta, Sprite, Schweppes

29%
Соки, нектары, сокосодержащие напитки, напитки растительного происхождения и кофе:
«Добрый», Rich, «Моя семья», Pulpy, Innocent, AdeZ, Costa Coffee

6%
Вода:
BonAqua, BonAqua Viva, Glaceau Smartwater

4%
Холодный чай:
FUZETEA

3%
Спортивные и энергетические напитки:
Powerade, Coca-Cola Energy, Burn, Black Monster

В нашем портфеле газированных напитков **29%** составляет доля низкокалорийных и бескалорийных напитков, а доля низкокалорийных и бескалорийных напитков по всему портфелю продукции Coca-Cola в России равнялась **37%**.

Подробнее о том, как мы снижаем количество сахара в напитках мы рассказали в главе [«Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни»](#).

Продвинулись на пути к выполнению обязательств в области устойчивого развития до 2025 года

Большим достижением Coca-Cola HBC AG, частью которой является Coca-Cola HBC Россия, в 2020 году стало получение наивысшего балла по Индексу устойчивости Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Уже в пятый раз за последние семь лет Coca-Cola HBC AG занимает место мирового лидера в индустрии напитков. Это достижение говорит о прогрессе, которого удалось достичь, однако мы по-прежнему осознаем серьезность проблем, с которыми сталкивается общество, и не собираемся останавливаться на достигнутом.

В 2018 году мы приняли на себя ряд обязательств в области устойчивого развития на период до 2025 года. Эти обязательства охватывают шесть

ключевых областей, непосредственно связанных с нашим бизнесом: сокращение выбросов, сохранение водных ресурсов, управление отходами и переработка, ответственный подход к закупкам сырья, а также поддержка сотрудников и местных сообществ.

Наш прогресс по выполнению обязательств в области устойчивого развития можно найти в главе [«Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии»](#).

Внимательно прислушивались к заинтересованным сторонам и поддерживали их

В 2020 году бизнес столкнулся со многими вызовами в связи с пандемией, но в их преодолении Coca-Cola в России помогло эффективное взаимодействие с заинтересованными сторонами. Внимание к нашим стейкхолдерам, оказание им поддержки и укрепление сотрудничества были неотъемлемой частью нашей деятельности и раньше, а с 2020 года их актуальность возросла как никогда.

GRI 102-40 Заинтересованные стороны Coca-Cola в России



GRI 102-44 Основные направления сотрудничества Coca-Cola в России и заинтересованных сторон в 2020 году



Потребители

Запустили новые бескалорийные и низкокалорийные напитки высокого качества, продолжили расширять ассортимент продукции, выпустили больше продуктов в небольшой упаковке (0,33 мл и менее), поддерживали в маркетинговых коммуникациях наши бескалорийные и низкокалорийные напитки и строго придерживались политики ответственного маркетинга. Учитывая сложную психологическую обстановку во время периода самоизоляции, отказались от громких и масштабных рекламных кампаний.



Сотрудники

Реализовали внутренний проект поддержки сотрудников в период пандемии «Пройдем это вместе». Уделили особое внимание обеспечению безопасности и здоровья сотрудников.

Подробнее о программе можно прочитать в разделе [«Развивали и поддерживали наших сотрудников»](#).



Клиенты и дистрибьюторы

Поддерживали клиентов в индустрии гостеприимства в восстановлении бизнеса, гибко отреагировали на бурное развитие канала онлайн-торговли и рост домашнего потребления, уделили особое внимание безопасности работы при взаимодействии сотрудников с клиентами в торговых точках.



Поставщики и подрядчики

Активно поддерживали местных поставщиков в России и увеличили долю закупок у них сырья для сокового производства. Для общего удобства и прозрачности внедрили электронный документооборот.



Некоммерческие организации

Активно сотрудничали для поддержания незащищенных групп населения, расширили категории благополучателей, перевели многие совместные активности в онлайн-формат, не приостановив работу ни по одному из направлений.



Органы государственной власти

Вели открытый диалог о том, как мы можем эффективно выстраивать взаимодействие в период пандемии и ограничений.



Деловое сообщество, деловые объединения и эксперты

Помогали членам отраслевых объединений налаживать производство и усиленно сотрудничали с Национальным союзом экспертов в сфере транспорта и логистики для бесперебойной поставки продукции.



Общество

Расширили круг наших благополучателей и уделили особое внимание поддержке местных сообществ в рамках пандемии.



СМИ

Транслировали свою приверженность общественным проблемам в период пандемии через рекламные кампании.



GRI 102-42 К заинтересованным сторонам (стейкхолдерам) Coca-Cola в России мы относим тех лиц, чьи здоровье, безопасность и интересы могут подвергаться воздействию в результате нашей деятельности.

GRI 102-43 Наше взаимодействие с различными группами заинтересованных сторон происходит в разных форматах: анкеты и опросники для исследования уровня удовлетворенности клиентов, оценки вовлеченности сотрудников, горячие линии поддержки потребителей, клиентов, поставщиков, телефонная линия доверия для сотрудников, участие в совместных деловых мероприятиях и заседаниях бизнес-ассоциаций. Все эти способы связи объединяет одно — единый принцип взаимодействия с каждой группой заинтересованных сторон, подразумевающий честный и открытый диалог.

Для более эффективного сотрудничества с заинтересованными сторонами в новых условиях Coca-Cola в России внесла существенные изменения в целый ряд направлений работы.

Внимание на тех кто рядом

Концентрируемся на здоровье и безопасности сотрудников, клиентов и партнеров

«Один в поле — не воин»

Еще больше внимания уделяем партнерствам с клиентами, НКО, деловыми сообществами и государством

Не останавливаемся, несмотря ни на что

Эффективнее используем имеющуюся производственную инфраструктуру и делаем акцент на инновации и внесение улучшений в нашей операционной деятельности на ежедневной основе

Новые форматы

Активно переходим в онлайн для повышения скорости реализации и результативности проектов

Являясь активным членом бизнес-сообщества страны, Coca-Cola в России выстраивает долгосрочные партнерские взаимоотношения со всеми заинтересованными сторонами. С органами власти мы ведем постоянный, ежедневный диалог, который в 2020 году переместился в онлайн-формат. Благодаря

отлаженному взаимодействию с самого начала распространения COVID-19 мы могли оперативно реагировать на все изменения в каждом из регионов и оказывать поддержку своим партнерам.

Мы активно участвовали в работе оперативных штабов по борьбе с COVID-19 в ключевых регионах присутствия, работали с федеральным оперативным штабом и с федеральными органами исполнительной власти, чтобы совместными усилиями формировать правила и требования, которые позволили бы бизнесу выполнять свои обязательства по обеспечению населения продуктами питания, а государству — поддерживать безопасность и здоровье населения. Coca-Cola в России внесла весомый вклад в решение возникавших вопросов, а как производитель продуктов питания мы были важным элементом экономики для поддержания стабильности в ходе кризиса. Правительственная комиссия по повышению устойчивости российской экономики включила ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» в перечень системообразующих организаций. В этот перечень включаются, в частности, градообразующие предприятие, оказывающие существенное влияние на развитие региона.

Благодаря тесному сотрудничеству с органами государственной власти Coca-Cola в России усовершенствовала бизнес-процессы. Одним из примеров является вопрос таможенных пошлин на сырье для соков, решение которого позволяет избежать повышения цен на соковую

продукцию для потребителей. Некоторые фрукты не произрастают в России в достаточном количестве, и пюре для производства сока мы, как и другие производители, закупаем за рубежом (например, пюре персика или абрикоса). Поскольку такое сырье для соковой продукции подлежит обложению таможенными пошлинами, мы понимаем, что высокие таможенные ставки могут стать препятствием для развития бизнеса, так как они влияют на потребительскую цену. По данным Союза производителей соков, воды и напитков, в который входит и Coca-Cola в России, увеличение розничной цены на соки на 11-13% в случае повышения таможенных пошлин грозит падением спроса на 20-22%, снижением производства, закрытием предприятий и ослаблением конкурентоспособности отечественной продукции. Учитывая большую значимость соковой продукции, в частности, для детского питания, правительство РФ и Евразийская Экономическая Комиссия по нашей просьбе зафиксировали льготную нулевую ставку таможенной пошлины на 4 вида фруктового пюре. Эта ставка действовала с июля 2019 по июль 2020 года. Благодаря этой мере нам удалось удержать стоимость соковой продукции на российском рынке и обеспечить наших потребителей любимыми и нужными для сбалансированного рациона питания фруктовыми соками, нектарами и сокосодержащими напитками.

Взгляд изнутри

« Пюре персика или абрикоса нет в нужном количестве в России, и высокие ставки таможенных пошлин привели бы к росту себестоимости продукции, что в конечном итоге влияло бы на потребительскую цену и доступность соков для российских потребителей. Совместно с государственными органами мы успешно решили этот вопрос год назад, и была введена нулевая ставка таможенной пошлины с июля 2019 по июль 2020 года на четыре вида фруктового сырья, благодаря чему нам удалось удержать стоимость нашей продукции и обеспечить ее конкурентоспособность на российском рынке, а также обеспечить потребителей необходимой соковой продукцией».



Мария Келембет,
менеджер по взаимодействию с органами власти по стране
Coca-Cola HBC Россия

В 2020 году были упразднены налоговые барьеры для продуктовой благотворительности*, что стало особенно важным в сложный для экономики период. Согласно принятым в Налоговый кодекс поправкам, с 2020 года расходы компаний на благотворительные закупки, а также на переданные на благотворительность произведенные ими самими товары, в том числе продукты питания, не учитываются при расчете налога на прибыль. Этот вопрос долгие годы находился в стадии обсуждения, в котором Coca-Cola в России активно принимала участие совместно с Всероссийским благотворительным фондом «Фонд продовольствия «Русь». Благодаря этому решению бизнес получил возможность оказывать поддержку нуждающимся в этом людям продуктами питания, что в свою очередь позволило снять нагрузку и с государства в части социальных функций. Так, мы поддержали Общероссийскую акцию гуманитарной помощи #МыВместе и бесплатно предоставили напитки врачам и волонтерам.

Подробнее о нашем вкладе в инициативу мы рассказываем в главе «[Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии](#)», стр. 26 и разделе «[Общественное признание](#)» главы «[Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России](#)», стр. 23.

Ценность сотрудничества с отраслевыми союзами и объединениями выросла в 2020 году. Например, [Национальный союз экспертов в сфере транспорта и логистики](#) помогал получать пропуска, чтобы транспорт Coca-Cola в России передвигался по территории нашей страны во время пандемии и бесперебойно доставлял продукцию в торговые точки. Отраслевые объединения и ассоциации помогали бизнесу в прояснении и решении сложных вопросов, связанных с соблюдением необходимых мер безопасности и требований органов государственной власти в рамках COVID-19. А плотный диалог и ежедневное сотрудничество с федеральными и региональными органами исполнительной власти помогали не только Coca-Cola в России, но и государству создавать сбалансированный подход к работе бизнеса в сложный период пандемии, выдерживая баланс между бесперебойной работой пищевых предприятий, здоровьем населения и наших сотрудников. Coca-Cola в России принимала участие в формировании норм и правил осуществления деятельности бизнеса в период пандемии, выполняла консультативную функцию для органов власти в части сбалансированного подхода к регулированию, а также поддерживала широкую сеть своих поставщиков и партнеров, делясь с ними экспертными знаниями и опытом.

* До 2020 года, согласно российскому законодательству, при передаче товаров на благотворительные цели у компаний возникала обязанность заплатить в бюджет налоги, сумма которых могла достигать 40% от объема помощи: 20% налога на прибыль и 20% налога на добавленную стоимость (НДС). С 2020 года доноры получили право получить налоговый вычет в размере оказанной помощи.



РусПЭК

Совместно с ассоциацией РусПЭК и другими ее членами Coca-Cola в России провела масштабную работу по разработке концепции для совершенствования механизма расширенной ответственности производителей. Вместе с международным консультантом мы участвовали в формировании представления о том, как должна выглядеть современная экологичная и удобная упаковка. Концепция была утверждена правительством 28 декабря 2020 года.

Мы гордимся тем, что в течение всего 2020 года Coca-Cola в России ни на один день не приостанавливала деятельность и полностью выполняла свои обязательства перед партнерами, поставщиками, клиентами и потребителями по всей России. Кроме того, в течение 2020 года мы помогли адаптировать к новым правилам ведения бизнеса наших поставщиков и партнеров (например, логистических), благодаря чему они также продолжили осуществлять свою деятельность, сохраняя рабочие места и эффективность бизнеса. В течение 2020 года мы еще раз убедились, что только совместными

усилиями и в плотном диалоге между государством и бизнесом можно успешно работать в период трудностей и неопределенности.

Помимо решения текущих вопросов, связанных с COVID-19, Coca-Cola в России продолжала сотрудничать с российскими ассоциациями в области достижения целей устойчивого развития.

Для подготовки Отчета об устойчивом развитии мы также активно привлекаем наших партнеров в различных сферах. Перед началом работы мы проводим анкетирование по оценке существенных тем, а до публикации отчета обязательно выносим его проект на общественное обсуждение среди наших партнеров по бизнесу, представителей НКО, органов государственной власти и других групп заинтересованных сторон. Каждый участник может поделиться впечатлениями и внести предложения по изменениям и совершенствованию отчетности. По итогам обсуждений мы дорабатываем отчет или учитываем полученные рекомендации в рамках следующих отчетных периодов. Обычно мы проводим данное мероприятие очно, и оно уже стало чем-то гораздо большим, чем просто презентация и обсуждение отчета. Встреча с нашими заинтересованными сторонами переросла в настоящую конференцию об устойчивом развитии.

В 2020 году из-за пандемии мы перевели конференцию в онлайн-формат. И только

выиграли — конференция перестала быть ограничена вместимостью одного помещения: нам удалось значительно увеличить аудиторию участников конференции, привлечь международных спикеров и расширить повестку, наполнив ее самыми актуальными вопросами в области устойчивого развития. В 2020 году к конференции подключилось более 2 300 уникальных пользователей на платформе Youtube и еще более 700 — на сайте Росконгресса.

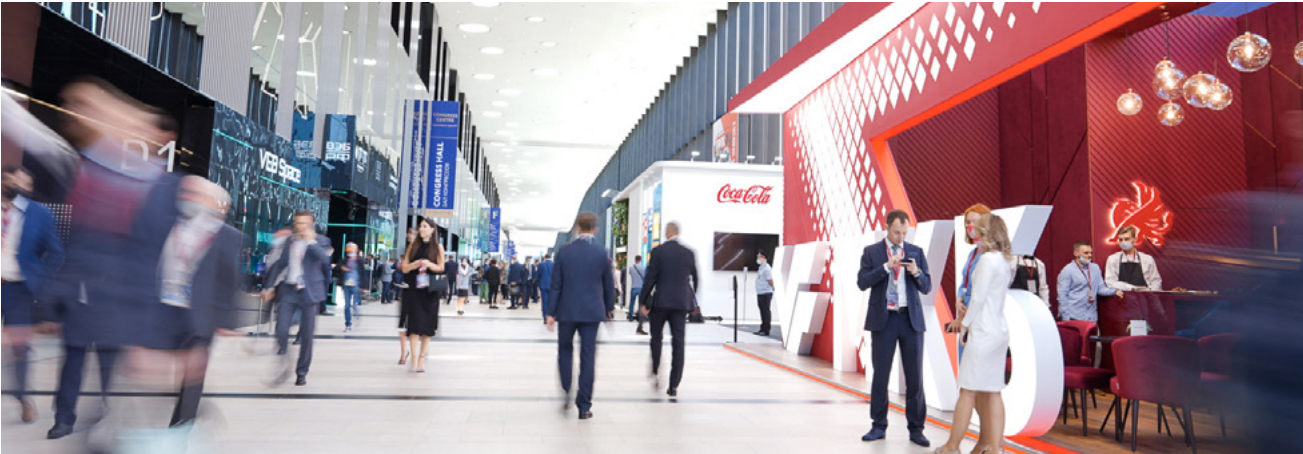
Подробнее с результатами оценки значимости ключевых тем за 2020 год вы можете ознакомиться в разделе «Об отчете».



Участие во внешних инициативах

Компании Coca-Cola в России состоят в 22 ассоциациях и союзах:

- Американская торговая палата в России
- Американская торговая палата в Санкт-Петербурге
- Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР)
- Ассоциация производителей и импортеров, осуществляющих самостоятельное выполнение нормативов по утилизации отходов «РусПРО»
- Ассоциация производителей фирменных торговых марок «Русбренд»
- Ассоциация «Промышленность за экологию» (РусПЭК)
- Ассоциация рекламодателей (АР)
- Ассоциация уральской пищевой промышленности («Уралпищепром»)
- Дальневосточная ассоциация производителей питьевых, минеральных вод и безалкогольных напитков
- Европейская ассоциация директоров по коммуникациям (EACD)
- Консультативный совет по иностранным инвестициям в России (КСИИ)
- Московская международная бизнес-ассоциация (ММБА)
- Национальный союз экспертов в сфере транспорта и логистики (СЭЛ)
- Неправительственная ассоциация «Американо-российский деловой совет» (АРДС)
- Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)
- Санкт-Петербургская международная бизнес-ассоциация (СПИБА)
- Совет директоров Центрального района Красноярска
- Союз «Приморская торгово-промышленная палата»
- Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ)
- Ассоциация европейского бизнеса (АЕБ)
- Ассоциация менеджеров (АМР)
- Новосибирская торгово-промышленная палата



Общественное признание

Активная деятельность Coca-Cola в России получила достойное признание в профессиональном сообществе. Мы были удостоены **35 наград** в различных номинациях и заняли высокие позиции в российских и международных рейтингах. В таблице на следующей странице приведен перечень основных наград Coca-Cola в России за 2020 год.

ОСНОВНЫЕ НАГРАДЫ, КОТОРЫМИ МЫ ОЧЕНЬ ДОРОЖИМ



Рейтинг
работодателей

Рейтинг работодателей России 2020

Coca-Cola HBC Россия заняла 2-е место в секторе товаров повседневного спроса (FMCG) и вошла в топ-10 привлекательных работодателей.



Рейтинг «Топ-1000 российских менеджеров» 2020

7 топ-менеджеров Coca-Cola HBC Россия вошли в рейтинг ИД «Коммерсантъ» и Ассоциации Менеджеров России.



Рейтинг X5 Group

Coca-Cola HBC Россия — лучший партнер в номинации «Совместная работа по увеличению доходности».



Международная премия Eventiada IPRA Golden World Awards 2020

- Проект «Казань — город без отходов» признан лучшим проектом в поддержку обеспечения открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов;
- Проект «Пройдем это вместе» — лучший проект в области HR-коммуникаций во время пандемии;
- Ирина Архипова, директор по внешним связям и коммуникациям Coca-Cola HBC Россия — персональная номинация за вклад в профессию.



VII Всероссийский рейтинг TOP-COMM 2020

- Coca-Cola HBC Россия заняла 2-е место в рейтинге организаций в сфере корпоративных коммуникаций и корпоративных отношений;
- Ирина Архипова, директор по внешним связям и коммуникациям Coca-Cola HBC Россия, возглавила рейтинг топ-100 директоров по корпоративным коммуникациям и корпоративным отношениям в России.



Рейтинг наиболее привлекательных работодателей для студентов России UNIVERSUM 2020

- Coca-Cola HBC Россия заняла 2-е место среди FMCG-компаний по мнению студентов следующих специализаций: бизнес, IT, гуманитарные науки;
- Coca-Cola HBC Россия стала самым привлекательным работодателем среди FMCG-компаний по мнению бизнес-профессионалов и IT-специалистов, а также заняла 2-е место среди профессионалов-гуманитариев.



Рейтинг Changellenge >> Best Company Award 2020

Coca-Cola HBC Россия вошла в топ-5 лучших FMCG-компаний по мнению студентов с высоким потенциалом и заняла 2-е место в номинации «Против трендов».



Рейтинг Лучших работодателей Future Today 2020

Coca-Cola HBC Россия вошла в топ-10 компаний в общем зачете и заняла 1-е место среди FMCG-компаний.



Акция взаимопомощи #МыВместе

Coca-Cola в России награждена памятной медалью Президента РФ «За активное участие и бескорыстный вклад в организацию Всероссийской акции гуманитарной помощи #МыВместе».



Национальная премия «Товар года-2020»

Соки и нектары «Добрый» стали лучшими в номинации «Соки, нектары, морсы».



«Лидеры корпоративной благотворительности 2020»

Coca-Cola в России вошла в рейтинг в категории «А. Лучшая практика».

ГЛАВА 2

ПРОДОЛЖИЛИ РАСШИРЯТЬ ПРАКТИКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И УДОСТОВЕРИЛИСЬ В ВЕРНОСТИ НАШЕЙ СТРАТЕГИИ



Чего мы добились в 2020 году

Экономическая устойчивость

В 2020 ГОДУ:

Топ-100

Вошли в топ-100 системообразующих предприятий российского АПК.

+0,2 млрд

С 2,1 млрд до 2,3 млрд литров увеличилось производство продукции с 2016 года.



+0,9%

Объем продаж Coca-Cola HBC Россия увеличился на 0,9%.

Подробнее в разделе [«Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России»](#).

Бизнес-практики устойчивого развития

В 2020 ГОДУ:

Усилили профилактику производственного травматизма и уделяли большое внимание безопасности сотрудников и всех, кто с нами взаимодействует: нам **удалось избежать смертельного и тяжелого травматизма**, с начала пандемии **сотрудники** Coca-Cola в России были **обеспечены средствами индивидуальной защиты**, а офисные сотрудники переведены на дистанционный режим работы.

91%

составил индекс вовлеченности сотрудников, измеряемый в Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» — высокий уровень вовлеченности сотрудников и командный дух сохранились даже в период самоизоляции и жестких противоэпидемиологических ограничений.

31,6%

совокупных закупок для производства соковой продукции (в натуральном выражении) составило **российское сырье**. Существенно увеличили долю закупок сырья для производства напитков у российских производителей — +3,6 п. п. по сравнению с 2019 годом.

~95%

составила доля общих закупок отечественных ингредиентов и материалов (без учета концентрата).

44%

поставленного объема ключевых категорий сырья концентрированных соков и пюре **соответствуют** принципам устойчивого сельского хозяйства **Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGP)**. Этот показатель **увеличился** более чем **в 7 раз** по сравнению с 2018 годом.

46%

высших управленческих должностей в Coca-Cola в России занимают женщины.

0

коррупционных случаев зарегистрировано в Coca-Cola в России.

87%

достигли по системе оценки управления качеством продукции «Матрица зрелости» (+1 п. п. к 2019 году).

97,5%

составил ключевой показатель оценки качества сервиса при доставке DIFOTAL (+0,4 п. п. к 2019 году).

«Наш путь вперед» — забота о здоровье потребителей

В 2020 ГОДУ:

Продолжили работать по всем направлениям глобальной стратегии «[Наш путь вперед](#)».

Инновации

В 2020 году наш портфель в России насчитывал **153** различных **видов напитков** под **20** брендами, увеличившись более чем на **20** новых продуктов.

Формирование выбора

на **5%**

снизили количество сахара по всему портфелю по сравнению с 2019 годом.

37%

составила доля напитков с **нулевым** или **сниженным содержанием сахара** по всему портфелю.

22%

от **всего объема продаж** в транзакциях составила доля упаковки 0,33 л и менее в 2020 году.

Прозрачность и достоверность информации

Продолжили использовать добровольную цветовую маркировку «Светофор» на всех напитках линейки Coca-Cola в ПЭТ-упаковке.

Ответственный маркетинг

Продолжили строго придерживаться политики ответственного маркетинга.

Подробнее в разделе «[Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни](#)».

Уменьшение экологического следа

В 2020 ГОДУ:

на **8,6%**

сократили **объем прямых и косвенных выбросов** (Охват 1+2) и **на 5%** — прочих косвенных выбросов (Охват 3) по сравнению с 2019 годом.

до **62%**

выросла доля **безопасного** для окружающей среды холодильного оборудования, в котором хранится продукция Coca-Cola в России в торговых точках.

на **7,3%**

снизили общее энергопотребление по сравнению с 2019 годом.

485

легковых и грузовых автомобилей вывели из эксплуатации — благодаря обновлению автопарка более экологичными моделями мы сокращаем выбросы CO₂.

на **31,3%**

сократили **расход топлива** по сравнению с 2019 годом.

8,6%

от всего объема забранной воды повторно использовали для технических нужд на производстве.

на **1,1%**

снизили **удельное водопотребление** по сравнению с 2019 годом.

Подробнее в разделе «[Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата](#)» и в разделе «[Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска](#)».

Стратегия «Мир без отходов» и экологические проекты

В 2020 ГОДУ:

на ~950 тонн

сократили производственные отходы; совокупный объем производственных отходов **уменьшился** на **7,3%** по сравнению с 2019 годом.

5,2%

составила **доля использования вторичного ПЭТ-сырья** в нашей упаковке.

>99%

нашей упаковки уже пригодны для переработки.

на 867 тонн

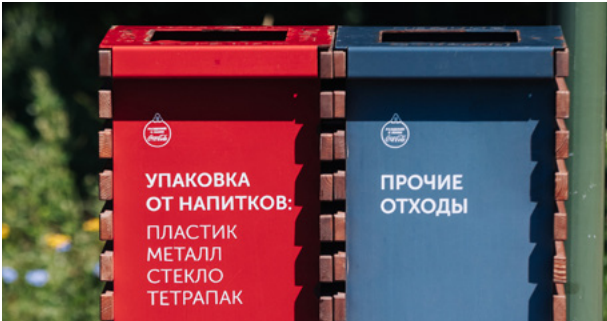
снизили расход ПЭТ-сырья на производствах Coca-Cola в России благодаря развитию проекта по снижению веса упаковки Light weightning; успешно внедрили облегченный колпачок, который весит 2,05 г вместо прежних 2,5 г.

~800 000

школьников, учителей, студентов и взрослых по всей России приняли участие в просветительских инициативах «Разделяй с нами».



Продолжили расширять и развивать флагманский экологический проект «Разделяй с нами» в **55 городах** России.



Продолжили реализацию проекта «Город без отходов» в Казани: развивали инфраструктуру для отдельного сбора отходов, проводили экомероприятия для жителей города, установили уличную мебель из переработанного пластика, запустили творческий конкурс.



Участвовали в мероприятиях и обсуждениях Концепции РОП с другими производителями потребительских товаров и государственными регуляторами на всех площадках.



Успешно перевели традиционные экологические проекты «Живая Волга», «День Черного моря», «За чистое будущее озера Байкал» в онлайн-формат и собрали для последующей переработки **более 77 тонн отходов**.

Подробнее в разделе «Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного сырья».

Внешние социальные и экологические программы

+195 млн рублей

объем социальных инвестиций Coca-Cola
в России в 2020 году.



Продолжили развивать наш **флагманский проект по образованию и развитию молодежи «Youth Empowered — Твой путь к успеху»** и провели масштабное обновление платформы: добавили новый образовательный контент, внедрили индивидуальные траектории обучения для конкретной цели развития участников, запустили программу менторства. В 2020 году **более 2 700** молодых людей стали активными участниками проекта.



В рамках проекта «Youth Empowered — Твой путь к успеху» **запустили специальный проект для наших партнеров из отрасли гостеприимства (HoReCa)** с возможностью бесплатно обучать сотрудников актуальным навыкам и вести поиск квалифицированного персонала с развитыми навыками межличностного общения (soft skills) среди участников проекта.



Оказали поддержку **706** подросткам из **46** учреждений в **12** регионах России в рамках социального проекта **«Растим добро»**.



Более **8000** школьников, студентов и представителей наших партнеров посетили наши экскурсии, в том числе и в формате онлайн.

Подробнее о наших инициативах в области образования и развития молодежи в разделе [«Трансформировали социальные проекты и развивали партнерства»](#).

Оказание гуманитарной помощи



Поддержали крупнейшее в России волонтерское движение **#МыВместе**, бесплатно предоставив напитки **десяткам тысяч волонтеров в 12 регионах** России.



Присоединились к масштабной благотворительной программе **#МагнитЗабота**, дополнив продуктовые наборы для нуждающихся нашей продукцией.



Продолжили тесное взаимодействие с **Российским Красным Крестом**. Благодаря пожертвованию фонда The Coca-Cola Foundation наш партнер смог закупить аппараты ИВЛ для больниц в **16** российских регионах, где их критически не хватало, а также обеспечить пенсионеров и людей из наименее защищенных групп наборами

гуманитарной помощи, которые были дополнены нашей продукцией.



Продолжили сотрудничество с **«Фондом продовольствия «Русь»**, который оказывает адресную поддержку пенсионерам и людям из наиболее незащищенных групп населения, предоставив свои напитки в качестве гуманитарной помощи.



Начали использовать ресурсы 3D-печати на московском заводе для производства индивидуальных пластиковых экранов для медицинских работников и волонтеров, работающих в больницах и на доставке продуктов питания и напитков людям в изоляции. Всего было изготовлено и передано **745 экранов**.

20 600 литров

продукции было передано в качестве гуманитарной помощи пострадавшим в чрезвычайных ситуациях в рамках сотрудничества с Российским Красным Крестом.

~750 000 литров

продукции было направлено Coca-Cola в России в качестве гуманитарной помощи в рамках помощи в борьбе с COVID-19 в 2020 году.

Подробнее о том, как мы оказываем гуманитарную помощь в разделе [«Трансформировали социальные проекты и развивали партнерства»](#).

Развитие инклюзивного общества

В 2020 ГОДУ:



Совместно со **Специальной Олимпиадой России** запустили программу **«Юнифайд лидерство»**. В проекте приняли участие **47 юнифайд-лидерских пар из 20 регионов России**, организовавших мероприятия для **2 890 атлетов**.



Подписали соглашение с Правительством Республики Татарстан о **поддержке Всемирных зимних игр Специальной Олимпиады 2022 года в Казани** и других спортивных международных мероприятий в республике до конца 2023 года.



В партнерстве с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» начали реализацию **проекта «Сопровождаемое трудоустройство»**, нацеленного на разработку универсальной методологии трудоустройства людей с особенностями интеллектуального развития.



Анонсировали **строительство еще трех инклюзивных парков** совместно с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» в рамках подготовки к Чемпионату Европы по футболу 2020 UEFA 2020™, перенесенному на июнь-июль 2021 года.

762 подростка

с особенностями ментального развития посетили наши онлайн-экскурсии.

46 000 человек

Впервые реализовали проект «Рождественский караван Coca-Cola» в онлайн-формате, объединив 46 000 человек по всей России и оказав поддержку **1 000 подопечным 19 НКО**.

Подробнее о наших инициативах в области поддержки развития инклюзивного общества в подразделе [«Продолжили развивать инклюзивное общество в России»](#).

Волонтерство

В 2020 ГОДУ:

3 часа

3 волонтерских часа пришлось в среднем на каждого сотрудника, из них **2,8 часа** — в рабочее время.

202 сотрудника

Coca-Cola в России стали волонтерами в рабочее время в 2020 году.



16 волонтерских мероприятий прошли в 2020 году, из них **14** — в рабочее время.



Сделали наш **внутренний волонтерский портал** еще более **информативным и удобным**, создав на его базе «маркетплейс» социальных проектов.



Запустили совместно с **Благотворительным фондом «Друзья»** новый для нас формат волонтерства — **Pro Vono**.



Переформатировали **традиционные волонтерские проекты в онлайн**: например, впервые «Зеленые команды Coca-Cola» прошли в формате экологического челленджа.



Уделили особое внимание **развитию культуры наставничества и менторства** в рамках проектов «Растим добро» и «Youth Empowered — Твой путь к успеху».

Подробнее о том, как мы развиваем волонтерство, [здесь](#).

Что мы понимаем под устойчивым развитием

Глобальная миссия Coca-Cola: «Refresh the world and make a difference» («Создавать напитки и менять мир к лучшему»)

GRI 102-16 Сегодня наша миссия — «Создавать напитки и менять мир к лучшему». Именно поэтому стратегия устойчивого развития интегрирована во все процессы Coca-Cola как по всему миру, так и в России. Мы гордимся тем, что занимаем лидирующие позиции в отрасли производства безалкогольных напитков и с равной гордостью несем ответственность за улучшение жизни местных сообществ вопреки всем мировым вызовам.

GRI 102-15 Стратегия устойчивого развития Coca-Cola в России уже много лет направлена на создание устойчивого будущего, она призвана не только менять жизни людей и сообществ к лучшему, но и сохранить, и сберечь наш мир. Следуя этой стратегии, мы расширяем горизонты деятельности в области устойчивого развития, одновременно повышая стандарты деловой этики. Несмотря на внешние и внутренние изменения, мы делаем все возможное, чтобы наш бизнес был эффективным и приносил людям радость и пользу: расширяем ассортимент и повышаем качество продукции, заботимся об окружающей среде,

активно участвуем в формировании российского делового сообщества и решении актуальных социальных вопросов. Мы активно участвуем в законотворческих и регуляторных инициативах, например, в рамках Концепции расширенной ответственности производителя (РОП).

Подробнее о внешних инициативах Coca-Cola в России рассказывается в разделах «Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного сырья» и «Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска», а о Концепции РОП — в разделе «Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного сырья».

GRI 102-15, GRI 102-31 Стратегия Coca-Cola в России в области устойчивого развития затрагивает **три ключевых направления**:



Экономическое: мы стремимся быть ответственным производителем и работодателем.



Экологическое: мы нацелены уменьшать негативное воздействие на окружающую среду.



Социальное: мы хотим вносить вклад в решение значимых социальных проблем.

GRI 103-2, GRI 102-18, GRI 102-19, GRI 102-20, GRI 102-22, GRI 102-26 Подробнее о стратегии устойчивого развития Coca-Cola в России, ее связи с обязательствами в области устойчивого развития на глобальном и макрорегиональном уровнях и целями устойчивого

развития ООН, а также о структуре управления устойчивым развитием мы рассказывали в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год (стр. 30–55) и в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 год (стр. 46–52). Все перечисленные аспекты являются для Coca-Cola в России стратегическими ориентирами и потому остаются неизменными.

Реализуя программы и инициативы в области устойчивого развития, мы используем синергетический эффект передовой практики Coca-Cola в России и в мире:

Внутренние практики. Структура управления персоналом и его развитие, взаимодействие с основными заинтересованными лицами, деловая этика — у каждой из компаний Coca-Cola в России могут немного отличаться и иметь свою специфику, но соответствуют единой политике: мы ведем бизнес в соответствии с принципами устойчивого развития, приобщая все заинтересованные стороны к нашим стандартам деловой этики, равным возможностям и пользе для всех.

Большинство внешних инициатив мы реализуем как Coca-Cola в России, так как рассматриваем кумулятивный эффект нашего экономического, экологического и социального воздействия на местные сообщества.

Большая часть программ, связанных с промышленной безопасностью, качеством выпускаемой продукции и экологией производств, находится в ведении компании по производству и дистрибуции напитков — Coca-Cola HBC Россия.

Трансформировали проекты при сохранении фокуса на стратегические приоритеты в области устойчивого развития

В 2020 году наша **деятельность в области устойчивого развития приобрела еще большую значимость** на фоне пандемии и связанного с ней кризиса.

GRI 102-30 Стратегия устойчивого развития интегрирована во все аспекты деятельности Coca-Cola в России, она является частью процессов и бизнес-практик и реализуется через программы и проекты, направленные на решение общественно значимых проблем.

GRI 102-33, GRI 102-34 Стратегические приоритеты и обязательства компаний Coca-Cola в России **неизменны**: уменьшение экологического следа, утилизация упаковки и ее повторное использование, содействие развитию устойчивого сельского хозяйства, продвижение сбалансированного питания, обеспечение достойных условий труда для сотрудников и равенства возможностей, развитие инклюзивного общества, образование и развитие молодежи, оказание гуманитарной помощи.

GRI 103 В центре нашего бизнеса всегда были и остаются люди — потребители, сотрудники, клиенты, партнеры, поставщики, представители некоммерческих организаций, местные сообщества. В условиях пандемии COVID-19 забота о здоровье и безопасности наших сотрудников, потребителей и партнеров стала для нас одной из главных задач. Мы также уделили большое внимание поддержке наших клиентов в восстановлении их бизнеса.



78%

Согласно исследованиям*, **78% респондентов считают, что бизнес должен занимать активную позицию в обеспечении безопасности сотрудников и противодействии распространению пандемии COVID-19 среди местных сообществ.**

* Исследование [The Edelman Trust Barometer Special Report: Trust and the Coronavirus, 2020.](#)

В 2020 году запрос общества на активную роль бизнеса в решении вопросов социальной поддержки и сдерживания распространения коронавируса возрос. Увеличилось и количество благополучателей, что связано как с изменением уровня благосостояния населения, вызванного ограничением экономической активности в период пандемии, так и с появлением новых групп благополучателей, таких как медицинские работники, волонтеры, клиенты и, конечно же, наши сотрудники. Мы смогли быстро адаптироваться к новым условиям, расширив круг благополучателей наших инициатив и направив усилия на поддержку тех, кто был на передовой борьбы с пандемией или нуждался в социальной поддержке. При этом мы не приостановили свою деятельность в рамках других стратегических направлений в области устойчивого развития.



Столкнувшись с ограничениями и вызовами новых реалий, в 2020 году мы адаптировали подходы к реализации наших программ и проектов по следующим аспектам



Уделили еще больше внимания партнерствам и синергетическому эффекту от реализации совместных инициатив. Вместе с нашими партнерами и клиентами мы смогли помочь гораздо большему числу нуждающихся и оказать содействие медицинским и другим организациям в борьбе с возникшей угрозой. А наши прочные связи с некоммерческими организациями позволили организовать работу в кратчайшие сроки.



По-новому начали использовать производственную и логистическую инфраструктуру, активно задействовав ее в период пандемии. Мы задействовали ресурсы 3D-печати на нашем заводе в Москве для производства индивидуальных пластиковых экранов для медицинских работников и волонтеров, работающих в больницах и на доставке продуктов питания и напитков людям в изоляции. Мы также активно использовали собственную логистическую инфраструктуру для доставки гуманитарной помощи.



Более интенсивно стали использовать онлайн-решения, трансформировав традиционные проекты.



Направили фокус многих наших программ и проектов на тех, кто рядом — наших сотрудников и клиентов, запустив внутреннюю кампанию «Пройдем это вместе», а также серию инициатив для поддержки клиентов в индустрии гостеприимства.

2020 год проверил на прочность наши подходы и стратегические ориентиры в области устойчивого развития и доказал их актуальность. Именно поэтому мы с уверенностью продолжим долгосрочные программы и проекты Coca-Cola в России в области устойчивого развития.

Подробнее о том, как мы трансформировали социальные проекты и развивали партнерства, [здесь](#).



Наш прогресс: ключевые индикаторы устойчивого развития Coca-Cola в России

GRI 102-12, GRI 102-16 Наш подход к управлению устойчивым развитием подробно описывается в ежегодной отчетности в области устойчивого развития, составленной в соответствии Руководством по отчетности в области

устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности (GRI Standards). Как и по всему миру, Coca-Cola в России поддерживает Цели в области устойчивого развития (ЦУР) ООН. Мы стремимся вносить значимый вклад

в достижение тех целей, которые особенно актуальны для нашего бизнеса, и в достижение которых мы способны внести наибольшую ценность.

Сокращение выбросов CO₂

7 НЕДОРОГОСТОЯЩАЯ И ЧИСТАЯ ЭНЕРГИЯ

13 БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА

Сохранение водных ресурсов

6 ЧИСТАЯ ВОДА И САНИТАРИЯ

15 СОХРАНЕНИЕ ЭКОСИСТЕМ СУШИ

СОКРАЩЕНИЕ ВЫБРОСОВ НА ВСЕХ ПРОИЗВОДСТВАХ

Снижение прямых выбросов CO₂ (к 2017 г.)

2025	-30%
2020	-28%
2019	-17,5%
2018	-1,6%

СОКРАЩЕНИЕ ВЫБРОСОВ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ТОЧКАХ

Доля энергосберегающих холодильников в розничных торговых точках

2025	50%
2020	62%
2019	57%
2018	51%

ОТВЕТСТВЕННОЕ ВОДОПОТРЕБЛЕНИЕ

Снижение удельного водопотребления (литр воды на литр готовой продукции)

2020	-5%
2019	-4%
2018	-3%

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ

Реалии энергетического рынка в России пока не позволяют нам использовать возобновляемые энергоресурсы помимо биогаза, вырабатываемого на собственных производствах, поэтому уровень потребления «зеленой» энергии, к сожалению, остался прежним.

≡ ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ COCA-COLA В РОССИИ ЗА 2020 ГОД

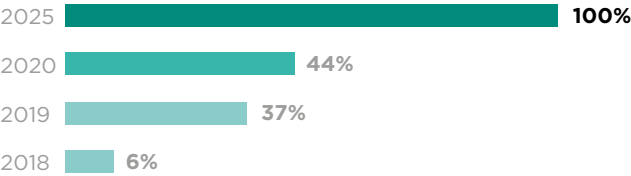
35

Сырье



СООТВЕТСТВИЕ КЛЮЧЕВЫХ С/Х ИНГРЕДИЕНТОВ ПРИНЦИПАМ УСТОЙЧИВОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Концентрированные соки и пюре



Сахар



Мир без отходов



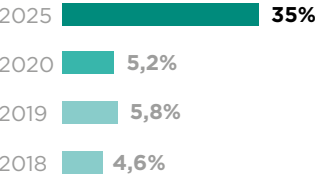
ПЕРЕРАБАТЫВАЕМАЯ УПАКОВКА

Доля потребительской упаковки, пригодной для переработки



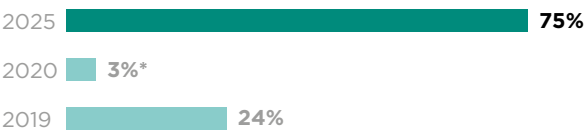
УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМА ПЕРЕРАБАТЫВАЕМОГО ПЛАСТИКА

Доля переработанного ПЭТ, полученного из вторично использованных материалов, в упаковке ПЭТ



УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМА ВЫВОЗИМЫХ ОТХОДОВ

Сбор и переработка эквивалента отходов упаковки



* В 2020 году мы выполнили все обязательства в соответствии с требованиями законодательства в части обеспечения утилизации отходов упаковки, выпущенной на рынок. В связи с тем, что в предыдущие годы мы обеспечили утилизацию значительно больших объёмов отходов упаковки, чем предписано нормативными требованиями, мы учли перевыполненные объёмы в 2020 году и дополнительно обеспечили утилизацию 3% отходов упаковки, выпущенной на рынок в прошлом году.

Сбалансированное питание

3 ХОРОШЕЕ ЗДОРОВЬЕ
И БЛАГОПОЛУЧИЕ

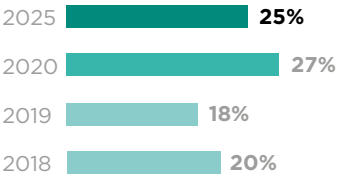


12 ОТВЕТСТВЕННОЕ
ПОТРЕБЛЕНИЕ
И ПРОИЗВОДСТВО



СНИЖЕНИЕ КАЛОРИЙНОСТИ ГАЗИРОВАННЫХ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Снижение калорийности на 100 мл газированных
безалкогольных напитков



Наши сотрудники и местные сообщества

5 ГЕНДЕРНОЕ
РАВЕНСТВО



4 КАЧЕСТВЕННОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ



8 ДОСТОЙНАЯ РАБОТА
И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
РОСТ



11 УСТОЙЧИВЫЕ ГОРОДА
И НАСЕЛЕННЫЕ
ПУНКТЫ

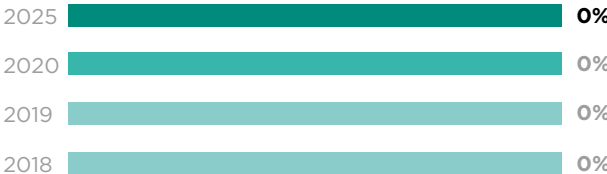


17 ПАРТНЕРСТВО В
ИНТЕРЕСАХ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ



ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ НА НАШИХ РАБОЧИХ МЕСТАХ

Несчастные случаи
со смертельным исходом



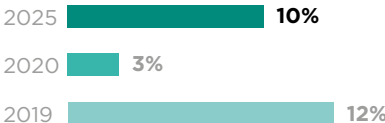
ПОЛНОЕ ГЕНДЕРНОЕ РАВНОПРАВИЕ

Доля женщин в высшем руководстве
Coca-Cola в России



РАЗВИТИЕ ВОЛОНТЕРСТВА

Участие сотрудников в волонтерских проектах
в рабочее время



ГЛАВА 3

ОСУЩЕСТВЛЯЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ОСНОВЫВАЯСЬ НА ВЫСОКИХ СТАНДАРТАХ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ



GRI 103-2, GRI 102-16 Мы осуществляем деятельность открыто и добросовестно, с уважением и заботой к обществу и окружающей среде — это основополагающие принципы ведения нашего бизнеса.



Наши высокие стандарты корпоративного управления руководствуются следующими документами:



Кодекс делового поведения — это главная политика компании Coca-Cola HBC Россия, которая закрепляет все принципы деловой этики и демонстрирует нашу приверженность самым высоким деловым и этическим стандартам ведения бизнеса.



Руководство по антикоррупционной политике — наше обязательство вести бизнес, соблюдая требования этики и честности, особенно важно в области выявления и предотвращения коррупции. Наш бизнес базируется на принципе «нулевой терпимости» по отношению к коррупции и злоупотреблениям.



Следуя стратегии строгого соблюдения норм, принципов и требований законодательства, мы уведомляем о наличии в компаниях Coca-Cola в России системы контроля за соблюдением требований антимонопольного законодательства (системы антимонопольного комплаенса), основной целью которой является предупреждение антимонопольных рисков.

Узнать больше о политике ведения бизнеса Coca-Cola в России и наших основных корпоративных документах вы можете на [официальном сайте](#).

Оставались верны принципам деловой этики

Деловая этика

GRI 102-16, GRI 205-2 Доверие клиентов, партнеров и общества является одним из самых ценных активов Coca-Cola в России. Мы привержены принципам цивилизованного ведения бизнеса и неукоснительно соблюдаем законы и нормы деловой этики и тщательно следим за тем, чтобы наши принципы разделяли все наши сотрудники и партнеры.

GRI 102-9, GRI 102-10 Существенных **изменений** масштабов, структуры и формы собственности Coca-Cola HBC Россия, АО «Мултон» и ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», а также цепочки поставок указанных компаний в 2020 году **не произошло**.

GRI 102-11 В 2020 году **принцип предосторожности** в компаниях Coca-Cola HBC Россия, АО «Мултон» и ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» **не применялся**.

GRI 205-3 Не зафиксировали **ни одного** подтвержденного случая коррупции в Coca-Cola в России в 2020 году.

Подробно о соблюдении принципов деловой этики и антикоррупционной политики мы рассказывали в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 год](#) (стр. 101-103).



Добросовестность — важнейший ингредиент

От наших партнеров и поставщиков мы ожидаем соблюдения Кодекса делового поведения, Политики в области прав человека и соответствия этическим нормам и принципам сотрудничества, в том числе в области обеспечения безопасности, уважительного отношения к сотрудникам и контрагентам, заботы об окружающей среде, а также добросовестного ведения документооборота и отчетности.

Если поставщик предполагает, что сотрудник Coca-Cola в России или любое лицо, действующее от ее имени, вовлечены в противоправные или иные некорректные действия, он обязан сообщить об этом соответствующей компании.

Антикоррупционная политика

GRI 102-16 В Coca-Cola в России действует принцип нулевой толерантности к коррупции: мы не приемлем никакие формы коррупции, взяточничества и мошенничества.

Чего мы добились в 2020 году

Сохранили существующие практики в области деловой этики и антикоррупционной политики и:

- провели антикоррупционные тренинги для **100% новых сотрудников** и всех сотрудников Coca-Cola в России,
- ознакомили **100% сотрудников с антикоррупционными политиками и процедурами.**

Обновили **электронные системы контроля и одобрения** при взаимодействии с представителями государственных органов.

GRI 102-17 Все сотрудники Coca-Cola в России, взаимодействующие с представителями государственных органов, находятся в так называемой «Зоне риска». Мы ежегодно пересматриваем перечень таких сотрудников. На 2020 год в него входят 310 сотрудников, включая 95 сотрудников АО «Мултон»: специалисты по закупкам, специалисты по защите активов, юристы и топ-менеджмент. Для них проводится дополнительное углубленное обучение методам противодействия коррупции.

Все представители высшего руководства компаний Coca-Cola в России проходят антикоррупционное обучение в обязательном порядке.

GRI 205-3 Ноль случаев коррупции зарегистрировано в Coca-Cola HBC в 2020 году.

GRI 205-1 100% подразделений Coca-Cola в России оценены с точки зрения коррупционных рисков.

GRI 205-2 100% сотрудников ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» ознакомились с антикоррупционными политиками и процедурами и прошли соответствующие тренинги в 2020 году.

100% топ-менеджеров Coca-Cola в России проходят антикоррупционные тренинги в обязательном порядке.

100% деловых партнеров Coca-Cola HBC Россия уведомлены об обязанности соблюдать антикоррупционную политику компании и соответствующее законодательство.

GRI 206-1 Ноль случаев правовых действий в отношении организации в связи с противодействием конкуренции и нарушением антимонопольного законодательства.

Продолжили совершенствовать управление рисками

GRI 102-15 Система управления рисками определяет те принципы, которые непосредственно влияют на достижение наших стратегических целей. Пандемия COVID-19 стала неожиданным и беспрецедентным событием для всего мира, она практически мгновенно изменила то, как мы работаем и живем, увеличив скорость и влияние подавляющего большинства рисков в нашей деятельности и бизнес-среде.

GRI 102-30 Наш подход к управлению рисками в 2020 году не изменился, он по-прежнему включает выявление потенциально рискованных событий, оценку вероятности их возникновения и потенциального воздействия, оценку существующих средств контроля и выработку плана действий и смягчения последствий для минимизации или полной нейтрализации негативного воздействия в случае реализации таких рисков.

Структура, ответственность, частота оценок и отчетности остались прежними, но в 2020 году мы уделили особое внимание качеству диалога и обсуждению вопросов, касающихся оценки рисков.

GRI 102-12 Методология оценки рисков не изменилась, мы продолжаем комбинировать элементы из стандартов ISO 31000 и COSO*.

GRI 102-30 Несмотря на трансформацию мирового пространства в условиях кризиса COVID-19, Coca-Cola в России сумела организовать непрерывную работу во многом благодаря такому бесценному инструменту как программа управления рисками.

GRI 102-15 Риски Coca-Cola в России отражены в Отчете об устойчивом развитии за 2017 год (стр. 30–31), за 2018 год (стр. 23), за 2019 год (стр. 25–29). Подробнее о рисках, присущих Coca-Cola на разных уровнях можно узнать из Интегрированного годового отчета Coca-Cola HBC AG за 2020 год и Интегрированного глобального отчета The Coca-Cola Company за 2020 год.

GRI 102-15 Мы провели сквозную оценку рисков, изучив все этапы деятельности — от приобретения сырья до взаимодействия с потребителями и сотрудниками и внедрения технологий. Основываясь на этой оценке, мы разработали наиболее вероятные сценарии и действия, которые мы предпримем в случае реализации любого из них.

* Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) или Комитет организаций-спонсоров Тредуэйской комиссии – инициатива по борьбе с корпоративным мошенничеством.

В 2020 году основными направлениями минимизации рисков были здоровье и безопасность наших сотрудников, партнеров, клиентов и потребителей; непрерывность бизнеса и возможности для корректировки нашей операционной модели с учетом ожидаемых рисков.



ГЛАВА 4

ТРАНСФОРМИРОВАЛИ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ И РАЗВИВАЛИ ПАРТНЕРСТВА



Coca-Cola в России традиционно реализует внешние социальные и экологические проекты по четырем ключевым направлениям:

-  развитие инклюзивного общества
-  образование и развитие молодежи
-  оказание гуманитарной помощи
-  экологические программы и проекты.

Подробнее об экологических программах и проектах Coca-Cola в России рассказывается в разделах [«Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного сырья», с. 73](#), [«Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата», стр. 89](#) и [«Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска», стр. 98](#).

Если содержание и стратегические цели нашей деятельности не претерпели в 2020 году изменений, то формы реализации и акценты изменились.

 Мы сотрудничаем с более чем **180 НКО по всей России** — от Санкт-Петербурга до Владивостока.

В период пандемии поддержали партнеров, клиентов и местные сообщества

Особую значимость в реалиях пандемии приобрели совместные инициативы компаний, разделяющих общие ценности. Вместе мы смогли помочь гораздо большему числу нуждающихся и оказать содействие медицинским и другим организациям в борьбе с возникшей угрозой. А наши прочные связи с благотворительными

фондами и некоммерческими организациями помогли организовать работу в кратчайшие сроки.

Благодаря пожертвованию фонда The Coca-Cola Foundation, наш партнер — **Российский Красный Крест** — смог закупить аппараты ИВЛ для больниц в 16 российских регионах, где их критически не хватало, а также обеспечить пенсионеров и людей из наименее защищенных групп наборами гуманитарной помощи, которые были дополнены нашей продукцией.

Помощь пострадавшим от ледяного шторма и снегопада в Приморье

В рамках пандемии мы также не приостановили **помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях**, которую мы оказываем с 2011 года совместно с нашим многолетним партнером, Российским Красным Крестом.

В ноябре 2020 года на Владивосток и Приморский край обрушилась стихия – ледяной шторм и снегопад. Многие жители остались без тепла, света и воды, в крае ввели режим ЧС.

В этой ситуации Coca-Cola в России приняла оперативное решение передать местным

жителям продукты первой необходимости в кратчайшие сроки. За считанные часы нам удалось организовать оформление и отгрузку **26,5 тыс. литров воды BonAqua** в самый пострадавший от ледяного шторма район Владивостока – мыс Чуркин. Этот район был полностью обесточен, а жители остались без воды и отопления. В районе мыса Чуркин были размещены семь пунктов выдачи гуманитарной помощи, где каждый смог получить продукты, газовые баллоны и воду.

Подробнее о нашем сотрудничестве с Российским Красным Крестом мы рассказали в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 год](#), стр. 229-235.



Мы поддержали **Всероссийскую акцию взаимопомощи в условиях распространения коронавируса #МыВместе**, бесплатно предоставив напитки врачам и десяткам тысяч волонтеров в 12 регионах России. А московский завод Coca-Cola HBC Россия задействовал ресурсы 3D-печати для производства индивидуальных пластиковых экранов для медицинских работников и волонтеров, работающих в больницах и на доставке продуктов питания и напитков людям в изоляции. Всего было изготовлено и передано 745 индивидуальных пластиковых экранов. Для доставки гуманитарной помощи Coca-Cola в России активно использовала собственную логистическую инфраструктуру.

Coca-Cola в России безвозмездно предоставила соки, питьевую воду, холодные чаи и другие напитки **Всероссийскому благотворительному фонду «Фонд продовольствия «Русь»**, который оказывает адресную поддержку пенсионерам и людям из социально незащищенных групп. Мы также передали отдельную партию напитков для волонтеров Фонда, нагрузка на которых в период пандемии возросла в разы.

Развитие фудшеринга

Coca-Cola в России является одним из ключевых партнеров Всероссийского благотворительного фонда — «Фонда продовольствия «Русь», который оказывает помощь продуктами питания социально незащищенным слоям населения по всей России.

В 2020 году в связи с эпидемиологической ситуацией запрос на благотворительную помощь резко возрос — рост спроса совпал с логистическими сложностями и сокращением предложения продуктов и финансовой поддержки, оказываемой НКО со стороны частных доноров. Вместе с «Фондом продовольствия «Русь» мы смогли наладить системную и стабильную передачу безалкогольных напитков и соковой продукции надлежащего качества и с достаточным сроком годности с наших складов. В свою очередь фонд организовал бесперебойную передачу продукции социально незащищенным слоям населения.

Еще в начале 2020 года компаниям в нашей стране дешевле было утилизировать продукты, чем отдавать их на благотворительность. При безвозмездной передаче налоговая нагрузка (НДС и налог на прибыль) могла составлять до 40%

стоимости товара. В мае 2020 года принят закон, освобождающий от налога на прибыль передаваемые на благотворительность товары, в том числе продукты питания, в объеме не более 1% от выручки компании. В настоящее время НДС в размере до 20% от стоимости товара сохраняется, но безусловно принятый закон стал серьезной поддержкой сегмента фудшеринга — по данным исследования РАЭК и «ТИАР-Центра» в 2020 году оборот фудшеринга в России увеличился на 20%. Благодаря изменению законодательства мы совместно с «Фондом продовольствия «Русь» и нашими партнерами сможем и дальше увеличивать объем напитков и продовольственных товаров, передаваемых в качестве гуманитарной помощи, и помочь еще большему количеству нуждающихся.



~750 тыс. литров

За 2020 год Coca-Cola в России передала **около 750 тыс. литров напитков в качестве гуманитарной помощи**, из которых **490 тыс. литров напитков через «Фонд продовольствия «Русь»**.

В 2020 году мы присоединились к благотворительной программе **#МагнитЗабота**, организованной сетью магазинов «Магнит» и охватывающей 24 региона страны и объединившей поставщиков продукции для формирования и передачи продуктовых наборов нуждающимся. Coca-Cola в России дополнила продуктовые наборы соковой продукцией для нуждающихся в Татарстане.

Потребительский ландшафт резко изменился — и там, где нашим клиентам была необходима помощь, чтобы справиться с изменившимися нормами, мы находились рядом — на их складах,

в магазинах, подстраиваясь под бурный рост онлайн-продаж и домашнего потребления наших напитков. Мы также понимали, что каналы HoReCa и немедленного потребления — один из самых пострадавших сегментов. Нашей приоритетной задачей в этой связи являлась поддержка восстановления бизнеса наших партнеров в этих каналах.

В августе 2020 года мы запустили в России и по всему миру специальную кампанию **«Откройся как никогда раньше»**. Ее цель — помочь людям по-новому взглянуть на «новую реальность» и поддержать ресторанный бизнес.

В рамках кампании была запущена акция **«Coca-Cola за наш счет»** — любой желающий мог получить купон на бесплатный напиток в одном из кафе и ресторанов, участвующих в акции. К ней присоединились более 100 сетей кафе и ресторанов — свыше 650 заведений по всей России. Кроме того, для привлечения посетителей в кафе и рестораны мы организовали Coca-Cola Weekend («Выходные с Coca-Cola»), где посетителей угощали бесплатной Coca-Cola без сахара. Чтобы поддержать наших партнеров, мы создали и запустили рекламные баннеры, информирующие людей о том, что эти заведения снова открыты и приглашают посетителей отметить это событие бесплатной бутылкой Coca-Cola без сахара.

НАШ ВКЛАД В БОРЬБУ С ПАНДЕМИЕЙ COVID-19 ОТМЕЧЕН



Памятной медалью «За бескорыстный вклад в организацию Общероссийской акции взаимопомощи #МыВместе», которая была вручена Coca-Cola в России от имени Президента Российской Федерации.



Благодарственным письмом Федерального агентства по делам молодежи за бескорыстный вклад в организацию общероссийской акции взаимопомощи **#МыВместе**.



Благодарственным письмом Благотворительного фонда «Фонд продовольствия «Русь» за весомый вклад в развитие программы продовольственной помощи нуждающимся в России, а также за возрождение культуры правильного отношения к еде.



Дипломом победителя в номинации Меценат года Регионального конкурса в сфере молодежной политике «Признание-2020» (Республика Бурятия).

Выпустили масштабное обновление платформы «Youth Empowered — Твой путь к успеху»

Раскрытие потенциала молодежи — один из приоритетов Coca-Cola в России. Глобальная инициатива **«Youth Empowered — Твой путь к успеху»**, которую мы реализуем в России с 2019 года, направлена на развитие у молодых людей деловых и социальных навыков, необходимых для успешного построения карьеры. Мы хотим, чтобы благодаря проекту к 2025 году 1 млн молодых людей по всему миру смогли с нашей помощью освоить новые навыки, необходимые для успешного трудоустройства.

Реализуя проект, мы преследуем две основные цели: повышение конкурентоспособности молодежи на рынке труда и решение проблемы неравного доступа к образованию. Основной площадкой проекта является бесплатная онлайн-платформа [твойпутькusupehu.rf](https://tvoiputykusupehu.rf), к которой может присоединиться любой желающий.

В 2020 году мы провели масштабное обновление платформы проекта, открыв для участников еще больше новых возможностей и образовательного контента.

В сердце проекта остались десять интерактивных онлайн-курсов по направлениям — «Социальные навыки» и «Бизнес-навыки». Определиться же в выборе карьеры и отслеживать прогресс в обучении помогают тесты. В дополнение к профориентационному тесту, популярному среди пользователей платформы, в 2020 году мы разработали «Тест 360», позволяющий получить объективную оценку своих личностных особенностей с учетом мнения окружающих. По итогам тестов и в зависимости от конкретной цели развития для каждого пользователя теперь выстраивается персональная траектория обучения, составленная из курсов платформы.

Еще одним значимым шагом стал запуск в 2020 года **программы наставничества**. Теперь после прохождения любого курса пользователи могут задать вопросы менторам программы и получить персональные консультации по личному развитию. В 2020 году более 40 наших сотрудников — эксперты по направлениям

обучения — стали менторами и провели более 100 консультаций.

Для еще более комплексного обучения на платформе появилась библиотека дополнительных материалов от наших партнеров. А по завершении программ обучения, помимо индивидуального сертификата, пользователям также становятся доступны специальные предложения от наших партнеров, например, промокоды на бизнес-литературу.

Для участников программы, которые планируют после обучения работать в Coca-Cola в России, на платформе размещается информация о наших карьерных возможностях. Там же публикуется информация и о вакансиях компаний-партнеров.



~11 тыс. человек

зарегистрировались на платформе в 2020 году.

С момента запуска проекта до конца 2020 года на платформе «Youth Empowered — Твой путь к успеху» зарегистрировано более 19 тысяч молодых людей, из них **около 11 тыс. человек** в 2020 году. Свыше **2,7 тыс.** пользователей стали активными участниками в 2020 году и прошли более половины обучающих тренингов.

Для управляющих и владельцев бизнеса в индустрии гостеприимства Coca-Cola в России открыла **специальный раздел в рамках проекта «Youth Empowered — Твой путь к успеху»**. Здесь наши партнеры могут бесплатно обучить сотрудников актуальным навыкам, а также разместить вакансии и найти квалифицированных и амбициозных сотрудников среди участников проекта. Мы предлагаем бесплатное решение для повышения конкурентоспособности бизнеса и вовлеченности команды, которое позволит сфокусироваться на операционных процессах и задачах.

Наша главная задача на 2021 год — продолжить развитие платформы и совершенствовать пользовательский опыт, вовлечь еще больше молодых людей в участие в программе, а также существенно расширить образовательный контент. В конце 2020 года мы приступили к разработке новой образовательной программы по предпринимательским навыкам в сотрудничестве с Высшей школой менеджмента СПбГУ (Санкт-Петербург), которую планируем выпустить уже в 2021 году.



Оказали поддержку в создании и развитии собственного бизнеса более 6 млн женщин во всем мире

В 2010 году система Coca-Cola приступила к реализации глобальной программы **5by20**. Ее цель — содействовать расширению экономических прав и возможностей для 5 млн женщин-предпринимателей в регионах деятельности системы Coca-Cola к 2020 году.

Подводя итоги десятилетней деятельности на глобальном уровне, мы с гордостью можем сообщить о том, что нам удалось оказать поддержку 6 млн женщин в развитии собственного бизнеса: в производстве сельскохозяйственных продуктов, микродистрибуции, переработке упаковки, поставке сопутствующих товаров (от сахара, банок и скрепок до футбольных мячей), продаже продукции и дизайне упаковки. Система Coca-Cola помогала участникам программы с финансированием и поиском партнеров и наставников, а также предоставляла возможность прохождения специализированных тренингов.

В России программа 5by20 реализуется в рамках проекта «Youth Empowered — Твой путь к успеху». В 2020 году к проекту присоединились **более 8 тыс.** российских женщин.

Мы остаемся верны своей цели — обновлять мир и изменить его к лучшему — и продолжаем начатую более десяти лет назад работу. Мы намерены сосредоточить наши усилия на поддержке устойчивости местных сообществ, вовлекая в наши инициативы еще больше женщин во всем мире и представителей малообеспеченных слоев населения.



«Растили добро» в сердцах потребителей

Мы продолжили реализацию проекта **«Растим добро»** — программы социальной адаптации и профориентации для подростков, оставшихся без попечения родителей, реализуемой с 2014 года совместно с благотворительным фондом развития филантропии (КАФ). Часть средств с каждой покупки продуктов «Добрый» мы перечисляем на реализацию проекта. Программа объединяет профессионалов в областях психологии, педагогики и наставничества, которые занимаются с подростками. Их уроки, мастер-классы, тренинги, творческие и кулинарные мастерские направлены на освоение социально-коммуникативных и жизненных навыков, расширение кругозора, выработку чувства ответственности за свою жизнь.

В 2020 году при участии 15 партнерских НКО проект оказал поддержку **706** подросткам из **46** учреждений в **12** регионах России.

706 подростков

46 учреждений

12 регионов

В 2020 году мы решили усилить коммуникационную кампанию и рассказать потребителям и клиентам о вкладе, который они вносят в развитие общества, покупая сок «Добрый». Одна из сторон упаковки соков и нектаров «Добрый» теперь полностью посвящена программе «Растим добро». Следующим шагом стала реализация кампании совместно с сетью магазинов «Верный». В торговых залах сети были размещены дисплеи с информацией о программе «Растим добро», были предоставлены печатные информационные материалы. Помимо этого, в магазинах «Верный» транслировался видеоролик, который мы сняли в поддержку благотворительной программы с участием выпускников детских домов. Кампания также прошла онлайн.

В 2020 году запустили пилотный внутренний волонтерский проект «Равный равному», который объединил два социальных проекта: «Youth Empowered — Твой путь к успеху» и «Растим добро». В онлайн-формате наставники (сотрудники-волонтеры) помогали подопечным партнерских НКО проходить курсы и тесты, учиться анализировать и составлять карьерные планы и, таким образом, осознанно выбирать будущую профессию, учиться самостоятельно принимать решения и успешно адаптироваться к новым условиям жизни после выпуска из социальных учреждений.

Программа «Равный равному» была реализована в двух городах: Владивостоке и Красноярске. Во Владивостоке в ней приняли участие 6 подростков и сотрудников, а в Красноярске — 9 подростков и сотрудников.

« Я очень рада, что в этом году мы перешли к новому формату сотрудничества с компанией Coca-Cola НВС Россия. Очень горжусь нашими девчонками, которые приняли участие в программе «Равный равному». Завершили обучение, благодаря двухстороннему сотрудничеству «Ученик и Наставник» мы вместе сделали ещё один шаг в будущее».



Алёна Чеснокова,
педагог дополнительного образования «Цentra содействия семейному устройству ПГТ Новошахнинский»

Подробнее о молодежных программах мы рассказываем в разделе «Делились опытом с молодым поколением».

Продолжили развивать инклюзивное общество в России

Coca-Cola в России стремится содействовать развитию инклюзивного общества — такого общества, где все люди вне зависимости от ментальных, сенсорных или физических особенностей имеют равные возможности для комфортной и счастливой жизни.

Наша работа по развитию в стране инклюзивного общества направлена на создание доступной инфраструктуры и создания безбарьерной среды, развитие инклюзивного спорта, продвижение возможностей для профессиональной и социальной реализации. Рассказывая о жизни людей с особыми потребностями и о том, что Coca-Cola в России вместе с партнерами делают для формирования инклюзивного общества, мы хотим показать обществу — вместе мы можем достичь большего в этом направлении.



Запустили проект по сопровождаемому трудоустройству

Трудоустройство дает людям с особенностями развития возможность реализовать профессиональный потенциал и продуктивно участвовать в повседневной жизни общества, а также быть экономически независимыми.

С 2018 года Coca-Cola в России активно работает над внедрением и продвижением мер, направленных на расширение возможности трудоустройства людей с особенностями развития.

Понимая, что нам необходима системная работа по внедрению механизмов, расширяющих возможность профессиональной реализации людей с особенностями развития, в 2020 году совместно с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» мы запустили трехлетний проект по сопровождаемому трудоустройству. Его идея заключается в разработке универсальной методологии профессиональной ориентации и трудоустройства людей с расстройством аутического спектра (РАС) и другими особенностями интеллектуального развития. Совместными усилиями мы хотим создать алгоритмы, которые позволят и нам, и бизнесу в целом, трудоустраивать больше людей с особенностями развития.

В рамках первого года проекта в 2020 году мы вместе с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» провели масштабное исследование по практикам трудоустройства людей с особенностями развития.

На вторую половину 2021 года и в течение 2022 года запланирован запуск пилотного проекта по трудоустройству, во время которого участники получают реальный опыт работы на предприятиях. Пилотный запуск позволит получить обратную связь от участников проекта и бизнеса, внести корректировки в разработанную методологию сопровождаемого трудоустройства в России на третьем этапе проекта. В итоге мы сможем сформировать рекомендации по успешному трудоустройству людей с особенностями развития в России.

Поддержка инклюзивного образования также является важным этапом в процессе дальнейшего трудоустройства. Так, в рамках Всероссийского конкурса студенческих работ в области связей с общественностью и медийных технологий «Хрустальный апельсин» компания учредила в 2020 году специальную номинацию — «PR-продвижение инклюзивного образования».



Поддерживали развитие инклюзивного спорта и помогали спортсменам реализовать лидерский потенциал

Поддерживая развитие инклюзивного общества, мы также уделяем особое внимание спорту. В рамках Чемпионата мира по футболу FIFA™ в России реализуется проект по строительству инклюзивных спортивных площадок совместно с фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца». Такие парки уже функционируют в девяти российских городах: Волгограде, Саранске, Ростове-на-Дону, Калининграде, Нижнем Новгороде, Казани, Сочи, Самаре и Москве.

В инклюзивных парках есть все необходимое для занятий разными видами спорта, включая футбольное поле и баскетбольную площадку. Кроме того, они спроектированы и зонированы с учетом потребностей детей и подростков с разными нарушениями — двигательными, когнитивными и сенсорными. На всех площадках есть специальное оборудование, которое поможет им комфортно тренироваться наравне со всеми.

В рамках наследия Чемпионата мира по футболу FIFA™ в России в 2020 году мы планировали открыть два инклюзивных парка. К сожалению, из-за пандемии завершение строительства и открытие площадок пришлось отложить, но мы планируем сделать это в 2021 году.

Кроме того, в 2020 году мы объявили, что совместно с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» построим еще три инклюзивных парка в рамках подготовки к футбольному чемпионату UEFA EURO 2020™, перенесенному на июнь-июль 2021 года.

Coca-Cola на глобальном уровне — партнер-основатель Специальных Олимпийских игр с 1968 года, а с 2015 года берет отсчет сотрудничество со Специальной Олимпиадой России. В 2020 году мы продолжили развивать это системное сотрудничество и запустили еще один проект — «Юнифайд лидерство». Он направлен на создание инклюзивного спортивного сообщества, в которое активно включены люди с особенностями интеллектуального развития, и которое дает им возможность реализовать лидерский потенциал. В рамках проекта «Юнифайд лидерство» атлеты Специальной Олимпиады в паре с наставниками организуют собственные юнифайд-мероприятия, осваивают новую для себя сферу деятельности, получают новые навыки, в том числе и в области проектного менеджмента.



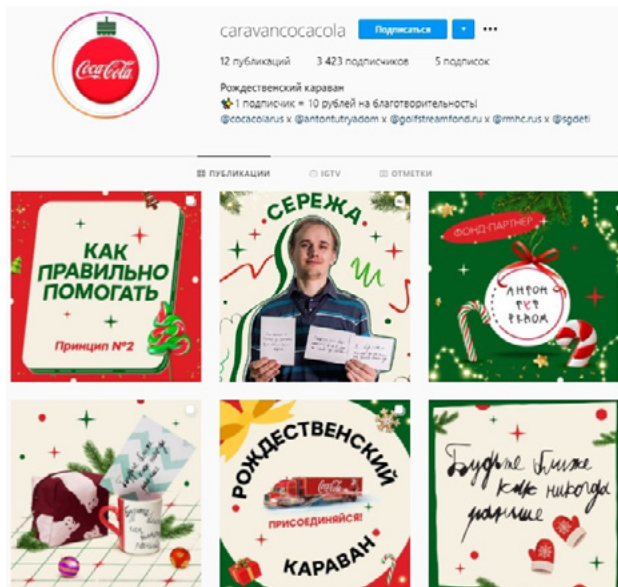
В течение 2020 года в проекте «Юнифайд лидерство» приняли участие 47 юнифайд-лидерских пар из 20 регионов России, в том числе из Республики Саха (Якутии), Республики Татарстан, Приморского и Хабаровского краев, Новосибирской, Свердловской, Челябинской областей. За 2020 год было организовано 47 соревнований в 20 регионах России, в них участвовали 2 890 атлетов.

Еще одним знаковым для инклюзивного спорта событием стало известие о проведении в Казани Всемирных зимних игр Специальной Олимпиады 2022 года. В рамках подготовки к этому крупному международному соревнованию Coca-Cola в России и Правительство Республики Татарстан подписали соглашение о поддержке игр Специальной Олимпиады и других спортивных международных мероприятий на территории республики до конца 2023 года. Ожидается, что во Всемирных зимних играх Специальной Олимпиады примут участие 2 000 спортсменов и юнифайд-партнеров (спортсменов без особенностей интеллектуального развития) из 108 стран мира. Тестовые игры пройдут в Казани с участием российских спортсменов уже в феврале 2021 года.

Провели «Рождественский караван Coca-Cola» в новом формате по всей стране

В 2020 году «Рождественскому каравану Coca-Cola» — одному из самых ярких социальных проектов Coca-Cola в России — исполнилось 20 лет. С 2018 года проект полностью поменял формат на инклюзивный и сконцентрировался на помощи людям с особенностями развития и подросткам, находящимся в трудной жизненной ситуации.

В 2020 году из-за эпидемиологической обстановки собрать всех вместе и сделать подопечных некоммерческих организаций (НКО) соорганизаторами мероприятий стало невозможно. Поэтому Coca-Cola в России впервые провела проект в онлайн-формате, привлекая внимание максимально широкой аудитории к проблеме инклюзии в России. Решая задачу по организации проекта в условиях пандемии, мы очень внимательно подошли к тому, чтобы сохранить его ключевые составляющие: фокус на развитие инклюзивного общества через привлечение внимания как можно большего числа людей и участие корпоративных волонтеров в соответствии со всеми принципами правильной благотворительности. Мы сделали проект комплексным и задействовали несколько инструментов и механик.



Параллельно было запущено три направления проекта: аккаунт в Instagram, волонтерские акции для сотрудников и новогодние инклюзивные экскурсии для подопечных 19 НКО-партнеров.

Аккаунт в Instagram @caravancocacola открылся 7 декабря. Здесь подписчики смогли узнать о том, что такое инклюзивное общество, как правильно и эффективно оказывать помощь тем, кто в ней нуждается. В аккаунте были размещены истории творческих и активных подопечных фондов-партнеров, ребят с особенностями развития и подростков, находящихся в трудной жизненной ситуации.

К 31 декабря 2020 года @caravancocacola набралось 46 тыс. подписчиков. На старте проекта мы заявили, что планируем сделать пожертвование в четыре профильных благотворительных фонда-партнера: Благотворительный фонд «Антон тут рядом», Благотворительный фонд помощи тяжелобольным людям «Гольфстрим», Благотворительный фонд «Дом Роналда Макдоналда» и Детский благотворительный фонд «Солнечный город» — а за каждого подписчика аккаунта увеличим общую сумму пожертвования еще на 10 рублей. Большой интерес к проекту и отклик у подписчиков вдохновили нас сделать еще большее пожертвование и увеличить общую сумму **до 2,5 млн рублей**. Порядка 1 000 подопечных НКО стали прямыми благополучателями проекта.

Сотрудники Coca-Cola в России не только поддерживали проект в Instagram, но и активно включились в волонтерские активности на специальном внутреннем волонтерском портале. Так, мы запустили специальную акцию «Подари навык», в рамках которой и сотрудники сделали пожертвования на организацию творческих и развивающих мастер-классов, занятий с психологами и других инициатив для подопечных девяти НКО. Всего в рамках акции было собрано более **114 тыс. рублей**. В рамках «Рождественского каравана Coca-Cola» совместно с Благотворительным фондом «Друзья» была также создана подборка «новогодних» заданий от НКО, где сотрудники оказывали самую разнообразную интеллектуальную поддержку

организациям в преддверии Нового года. Всего в волонтерских активностях приняли участие более **90 сотрудников** Coca-Cola в России. Совместно с Благотворительным фондом помощи тяжелобольным людям «Гольфстрим» мы также разработали специальную программу инклюзивных новогодних экскурсий для подопечных **19 НКО**. В формате прямого эфира вместе с Санта Клаусом ребята «побывали» на производстве и поучаствовали в захватывающем онлайн-квесте. Всего мы провели 8 таких экскурсий для 300 ребят из разных регионов России.

Порядка **1 000 подопечных 19 НКО** стали прямыми благополучателями проекта.

Проект «Рождественский караван Coca-Cola» получил массу положительных откликов. Опыт 2020 года поможет нам сделать следующий «Рождественский караван Coca-Cola» еще масштабнее, объединив лучший опыт онлайн- и офлайн-активностей.



Какие задачи и решения 2020 года мы возьмем в будущее

GRI 103 Завершив 2020 год и убедившись, что в области устойчивого развития мы движемся в нужном направлении, компания с уверенностью может заявить: в 2021 году мы направим усилия на дальнейшую реализацию наших стратегических социальных проектов и на развитие партнерства.

О планах компании по развитию практик устойчивых закупок, реализации экологических инициатив, развитию сотрудников и о волонтерском движении, совершенствовании системы ОТиПБ, читайте далее в разделах Отчета об устойчивом развитии.

GRI 102-31 ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ COCA-COLA В РОССИИ НА 2021 ГОД:

Развитие инклюзивного общества

-  Продолжим тесное сотрудничество со Специальной Олимпиадой России и будем оказывать поддержку в организации Специальных Олимпийских игр в Казани в 2022 году и ряда других мероприятий в их преддверии.
-  Совместно с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» откроем еще пять инклюзивных игровых парков в российских городах в рамках

-  наследия Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ и в преддверии UEFA EURO 2020™.
-  Совместно с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» подготовим пилотный запуск проекта по сопровождаемому трудоустройству при поддержке партнеров в некоммерческом секторе и бизнес-среде, результаты которого помогут внести корректировки в разработанную методологию сопровождаемого трудоустройства в России.
-  Продолжим практику временного трудоустройства людей с особенностями развития в рамках крупных мероприятий, например, на спортивных объектах Тестовых Игр Специальной Олимпиады в Казани и Чемпионата Европы по футболу UEFA 2020™.

Образование и развитие молодежи

-  Будем **развивать платформу** «Youth Empowered — Твой путь к успеху» и увеличить количество участников, совершенствуя пользовательский опыт, расширяя образовательный контент, в том числе за счет запуска новой образовательной программы по предпринимательским навыкам в сотрудничестве с бизнес-школой №1

-  Высшей школой менеджмента СПбГУ (Санкт-Петербург).
-  Проложим **поддерживать клиентов**, работающих в сфере HoReCa, индустрии гостеприимства при реализации специального проекта в рамках «Youth Empowered — Твой путь к успеху».

Оказание гуманитарной помощи

-  Совместно с «Фондом продовольствия «Русь» и другими партнерами продолжим **развивать фудшеринг**, помогая еще большему количеству нуждающихся.
-  Будем и дальше развивать, и **укреплять сотрудничество** с Российским Красным Крестом.



Добрый® польза прямо с фермы

ГЛАВА 5

НАЦЕЛЕНА НА РАЗВИТИЕ УСТОЙЧИВОЙ ЦЕПИ ПОСТАВОК И ЛОКАЛИЗАЦИЮ ЗАКУПОК



Чего мы добились в 2020 году

Стратегия Coca-Cola в России при работе с поставщиками и закупками предусматривает создание долгосрочных партнерских отношений и ориентацию на локальных производителей, в максимальной степени соответствующих нашим требованиям в области устойчивого развития.

Мы выстраиваем взаимно эффективные процессы и активно содействуем устойчивому развитию компаний, поставляющих нам сырье, товары и услуги.

При этом увеличение доли локальных закупок не только минимизирует неблагоприятное воздействие логистических операций на окружающую среду, но и обеспечивает поддержку местных производителей и сообществ.

+3,6 п. п.

доля закупок российского сырья для соков и морсов. Мы заметно увеличили долю закупок отечественного сырья для производства соков, нектаров, морсов и сокосодержащих напитков: она составила **31,6%** в натуральном выражении.

+7 п. п.

доля сырья, соответствующего принципам устойчивого сельского хозяйства. В 2020 году **44%** поставленного объема ключевых категорий сырья для концентрированных соков и пюре соответствовали принципам устойчивого сельского хозяйства — Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGP). По сравнению с 2018 годом этот показатель увеличился **более чем в 7 раз.**

~95%

доля общих закупок отечественных ингредиентов и материалов без учета концентрата.

+8

новых поставщиков успешно прошли проверки соответствия SAGP — принципам устойчивого сельского хозяйства. Всего в Coca-Cola в России теперь **39 таких партнеров.**

Внедрен электронный документооборот с поставщиками

В ситуации, вызванной пандемией COVID-19, наиболее актуальным стало использование электронного документооборота (ЭДО). После внедрения этой системы мы можем бесконтактно обмениваться сопровождающими поставки и закрывающими документами с контрагентами.

Продолжаем поддерживать процедуры оценки показателей устойчивого развития на платформе EcoVadis

Coca-Cola в России приветствует участие ключевых партнеров в процедуре оценки показателей устойчивого развития на платформе EcoVadis и верит, что данное решение позволяет нам качественно контролировать и улучшать показатели устойчивого развития нашей цепи поставок, а нашим партнерам — развиваться и соответствовать ожиданиям клиентов.

Совершенствовали принципы устойчивого развития во взаимодействии с поставщиками

GRI 204-1 Взаимодействие с поставщиками и партнерами строится на основе положений Руководящих принципов в работе с поставщиками.



КАК МЫ КОНТРОЛИРУЕМ КАЧЕСТВО ПОСТАВЩИКОВ

1 Этап	2 Что включает этап	3 Какие поставщики проходят	4 Внутренние документы, регулирующие процесс	5 Результат этапа
Авторизация со стороны ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» для поставщиков Coca-Cola HBC Россия	Для поставщиков ингредиентов и первичной упаковки: — оценка производственной площади — тестирование — проверка документации — социальный аудит (при количестве сотрудников >15 человек)	Поставщики ингредиентов и первичной упаковки Coca-Cola HBC Россия	«Руководящие принципы для поставщиков» The Coca-Cola Company и АО «Мултон» (Supplier Guiding Principles)	План корректирующих действий для поставщика в случае необходимости Получение поставщиком авторизационного письма подтверждающего соответствие Начало работы с компаниями Coca-Cola HBC Россия
Сертификация в области пищевой безопасности по одной из схем, признанных международной ассоциацией Global Food Safety Initiative (GFSI)	ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» отслеживает сертификацию и ее поддержание	Поставщики ингредиентов и первичной упаковки АО «Мултон» и Coca-Cola HBC Россия	На этапе заведения поставщика или тендера — форма оценки соответствия принципам устойчивого развития; оценка по Ecovadis	План корректирующих действий для поставщика в случае необходимости

Руководящие принципы в работе с поставщиками

GRI-204 В качестве обязательного требования поставщики всех компаний Coca-Cola в России, а также их дочерние и зависимые предприятия при осуществлении деятельности должны соответствовать перечню корпоративных и законодательных требований по направлениям. Взаимодействие с поставщиками и партнерами строится на основе положений Руководящих принципов в работе с поставщиками.

ИСПОЛНЕНИЕ СООТВЕТСТВУЮЩИХ ЗАКОНОВ И СТАНДАРТОВ



Законы и иные нормы.
Поставщик должен подчиняться всем относящимся к нему законам, правилам и иным нормам и требованиям, связанным с производством и реализацией его продукции, при осуществлении поставок и оказании услуг Coca-Cola в России.



Рабство, принудительный труд и торговля людьми.
Поставщик не должен использовать рабский, насильственный или принудительный труд, быть каким-либо образом связан с торговлей людьми.



Детский труд.
Поставщик не должен использовать детский труд.



Злоупотребление трудом.
Поставщик не должен злоупотреблять трудом, физическим или любым иным.



Третьи лица.
Поставщик должен уважать право работников определить третье лицо для представления своих интересов и ведения коллективных переговоров в соответствии с действующим в отношении такого поставщика законодательством.



Заработная плата и льготы.
Заработная плата и льготы должны соответствовать действующему в отношении такого поставщика законодательству.



Рабочее время и сверхурочная работа.
Рабочее время и порядок работы в сверхурочное время определяются соответствующим законодательством.



Охрана здоровья и безопасность труда.
Условия труда должны соответствовать действующему в отношении такого поставщика законодательству.



Охрана окружающей среды.
Поставщик должен исполнять нормы законодательства в сфере охраны окружающей среды, действующего в отношении такого поставщика.



Конфликты интересов.
Сотрудники и поставщики Coca-Cola в России должны избегать возникновения ситуаций, влекущих за собой возникновение конфликта интересов.



Деловая и финансовая отчетность.
Поставщик должен соблюдать все законодательные требования применимые к ведению бухгалтерского учета и отчетности.



Взятки.
Поставщик, действующий в интересах Coca-Cola в России, должен соблюдать все применимое законодательство о борьбе с коррупцией и взяточничеством.



Защита информации.
Поставщик должен обеспечить защиту конфиденциальной информации Coca-Cola в России и третьих лиц.

Взаимодействие с поставщиками и партнерами строится также на основе положений **Кодекса делового поведения**, включая:

- сотрудничество с поставщиками, которые ведут или стремятся вести бизнес абсолютно открыто и добросовестно, основываясь на отсутствии предоставления каких-либо преференций для сотрудников или их друзей или семей;
- соответствие требованиям в области охраны окружающей среды, охраны труда, профессиональной и технической безопасности;
- ведение достоверной отчетности по всем вопросам, касающимся деловых отношений с компаниями Coca-Cola в России;
- применения подхода «нулевой толерантности» к коррупции в любой форме;
- защиту конфиденциальной информации Coca-Cola в России: поставщики, которые получили доступ к конфиденциальной информации в процессе деловых отношений, не должны распространять ее без соответствующего разрешения.

Оценка соответствия стратегических поставщиков и партнеров принципам устойчивого развития ведется ежегодно. Результаты оценки помогают разрабатывать рекомендации и планы дальнейшего развития сотрудничества.

Для развития поставщика, его товаров и услуг стороны проводят совместные совещания, в ходе которых выясняются проблемы и пути их решения, возможные нововведения и способы их внедрения.

Увеличили долю закупок сырья у российских поставщиков

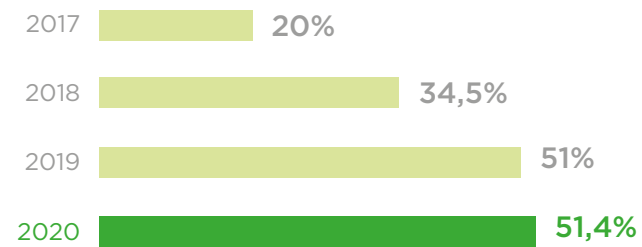
GRI 204-1 Coca-Cola в России старается по возможности максимизировать долю закупок ингредиентов, материалов, других товаров, а также услуг у российских компаний. Такой подход позволяет положительно влиять на развитие бизнеса и конкурентоспособности местных поставщиков, вовлекать партнеров в деятельность по соответствию международным стандартам в обеспечении безопасности, качества и охраны окружающей среды и международным принципам устойчивого развития бизнеса, а также снижать экологическое воздействие, благодаря оптимизации логистики.

Так, доля закупок Coca-Cola в России ингредиентов и материалов у отечественных поставщиков в 2020 году составила ~95% без учета концентрата, что сопоставимо с показателями 2019 года.

Мы также нацелены на планомерное увеличение доли закупок сырья из фруктов, овощей и ягод, выращенных российскими фермерами,

для производства соковой продукции. В 2020 году доля сырья, которое потенциально можно получить из выращиваемых в России фруктов, овощей и ягод, составила 61,4%. Остальное сырье локализовать нельзя в силу особенностей российского климата. При этом от российских поставщиков было получено 51,4% потенциально локализуемого сырья (51% в 2019 году). Доля отечественного материала в натуральном выражении **в совокупных закупках сырья** для сокового производства составила **31,6%** (28% в 2019 году). Таким образом, уже около трети всего сырья концентрированных соков и пюре, используемого для соковой продукции «АО «Мултон», закупается у российских производителей.

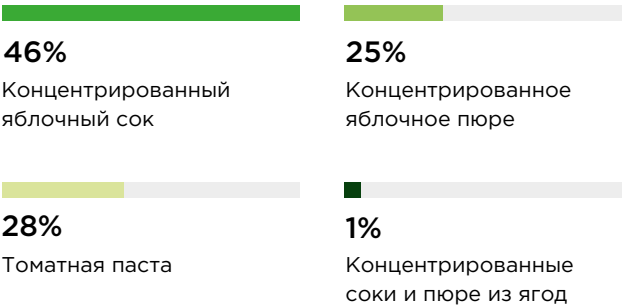
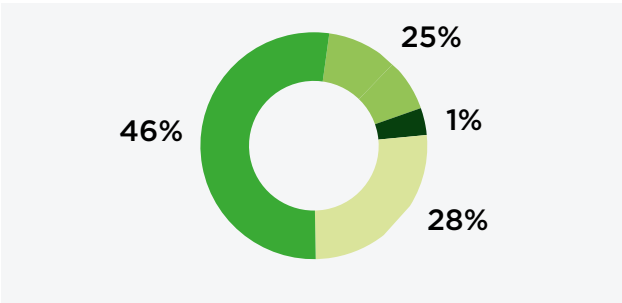
Динамика локализации сельскохозяйственного сырья*



* От общего объема поставок сырья, потенциально пригодного к локализации.

В 2020 году доля закупок у российских производителей концентрированного яблочного пюре составила 25%, а томатной пасты — 28%. Мы поддерживаем и развиваем эффективное сотрудничество с нашими партнерами, в их числе — входят завод по производству концентрированного яблочного сока в Воронеже, предприятие в Краснодаре по переработке яблок и производству яблочного пюре, производитель томатной пасты из Астрахани.

Распределение категорий закупок в России для производства соковой продукции в 2020 году



Продолжили содействовать устойчивому развитию сельского хозяйства

Одним из ключевых направлений нашей деятельности в области устойчивого развития является содействие устойчивому развитию практик устойчивого сельского хозяйства. Сельскохозяйственные ингредиенты важны для вкуса, качества и безопасности нашей продукции. Надежность и устойчивость поставок сельскохозяйственных ингредиентов необходимы для удовлетворения ожиданий наших потребителей, заказчиков и других заинтересованных сторон — и для обеспечения непрерывного роста нашей компании. На глобальном уровне мы стремимся к 2025 году добиться соответствия 100% объемов сырья ключевых категорий в цепочке поставок стандартам продукции устойчивого сельского хозяйства. Для достижения поставленных целей система Coca-Cola разработала [Руководство по развитию устойчивого сельского хозяйства](#).

С 2018 года в АО «Мултон» в семь раз увеличили объем сырья, закупленного для сокового производства у производителей, ведущих деятельность в соответствии с принципами устойчивого сельского хозяйства ([Sustainable Agriculture Guiding Principles](#), SAGP). Доля поставленного объема ключевых концентрированных соков и пюре, соответствующих принципам SAGP, увеличилась с 37% в 2019 году до 44% 2020 году.

На соответствие принципам SAGP на конец 2020 года были оценены 39 производителей сырья для сокового производства против 34 поставщиков годом ранее.

Coca-Cola в России требует от своих контрагентов соблюдения всех 15 принципов и 69 критериев SAGP, касающихся качества продукции, условий труда, подходов к охране окружающей среды. Все потенциальные партнеры проходят независимый аудит и сертификацию на электронной платформе Инициативы устойчивого развития сельского хозяйства ([Sustainable Agriculture Initiative](#), SAI).

Одним из ключевых сельскохозяйственных ингредиентов для производства продукции Coca-Cola в России является сахар. Как один из крупнейших закупщиков этой категории сельскохозяйственного сырья на рынке, мы продолжаем побуждать производителей сахара проходить аудит и получать независимую оценку на соответствие стандартам SAGP. В 2020 году 100% поставленного сахара соответствовали принципам SAGP по сравнению с 81,7% в 2019 году.

* Виды ингредиентов, которые подлежат специальной сертификации на соответствие принципам устойчивого сельского хозяйства: подсластители (тростниковый сахар, свекольный сахар, кукуруза или кукурузный сироп с высоким содержанием фруктозы, стевия); фрукты и овощи (яблоко, апельсин, персик, томат, лимон, манго, виноград); иные ингредиенты (кофе, чай, соя, пальмовое масло, целлюлоза и бумага).

Среди наших партнеров стало больше ответственных производителей

Мы считаем, что содействие и создание более устойчивого бизнеса, а также работа в этом направлении вместе с нашими поставщиками, мы создаем лучшее, более устойчивое будущее для нас и нашей планеты.

GRI 308-2 Популяризация принципов устойчивого развития в бизнес-сообществе и вовлечение партнеров в стратегию ответственного ведения бизнеса — одна из приоритетных задач системы Coca-Cola. С этой целью Coca-Cola в России проводит обязательную оценку показателей устойчивого развития при выборе стратегически важных поставщиков. Содействие росту показателей устойчивого развития наших партнеров из сферы малого и среднего предпринимательства значительно повышает их конкурентоспособность на рынке услуг и товаров.

GRI FP-5, GRI 308-1, GRI 406-1 В рамках партнерства и взаимовыгодного сотрудничества Coca-Cola в России побуждает партнеров и поставщиков совершенствовать внутренние системы менеджмента пищевой безопасности. В 2020 году у нас появилось 8 новых производителей. От уровня качества закупленных ингредиентов и материалов напрямую зависит и уровень качество нашей продукции, поэтому Coca-Cola в России предъявляет жесткие требования к поставщикам и применяет двойной контроль при их отборе. Чтобы поставлять ингредиенты и первичную упаковку, поставщик должен прежде всего получить авторизацию со стороны ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг». Авторизация занимает от шести месяцев до двух лет и состоит из нескольких этапов:

- оценка производственной площадки,
- тестирование ингредиентов и первичной упаковки,
- проверка документации,
- социальный аудит.

На текущий момент 100% продукции Coca-Cola HBC Россия и «АО «Мултон» произведено на заводах, сертифицированных третьей стороной в соответствии с международными стандартами в области систем менеджмента пищевой безопасности, кроме того, ресурсная политика компаний предполагает соответствие международным стандартам пищевой безопасности GFSI, и 100% поставщиков соответствуют ресурсной политике организации, так как все поставщики прошли оценку на соответствие международным стандартам пищевой безопасности Global Food Safety Initiative (GFSI).

Поскольку Coca-Cola в России закупает не только продовольственное сырье, существуют механизмы аудита и тех компаний, которые производят для нас мерчандайзинговые товары, а также их партнеров. Путем заключения договора SAA (Supply Authorization Agreement) наши поставщики как локальные, так и глобальные, заверяют нас, что все компании-партнеры проверены.

Проверки контрагентов Coca-Cola в России проводятся каждые три года. В результате этого аудита компании распределяются на три уровня: красный — процессы компании не соответствуют требованиям Coca-Cola в России, поэтому мы прекращаем сотрудничество с ней; желтый — наблюдаются некоторые недочеты, и Coca-Cola в России готова вернуться к сотрудничеству после их устранения; зеленый — компания-партнер полностью удовлетворяет требованиям Coca-Cola в России.



Оценка показателей устойчивого развития на платформе EcoVadis проводится независимыми третьими лицами, а соответствующая оценка в обязательном порядке учитывается как один из критериев при выборе поставщиков в рамках стратегических тендерных активностей. Для будущих победителей стратегических тендеров прохождение оценки и сертификация на платформе EcoVadis будет являться обязательным условием сотрудничества, отраженным в контракте.



2020 год внес коррективы в оперативное взаимодействие с поставщиками, в том числе в части документооборота, что ускорило реализацию ряда проектов в области цифровизации некоторых процессов.

Электронный документооборот (ЭДО) — это система работы с электронными документами по телекоммуникационным каналам связи оператора ЭДО, в которой такие документы создаются, передаются и хранятся. **Какие возможности дает электронный документооборот?**

- Корректная и быстрая обработка документов.
- Возможность обработки и подписания документов и обмена ими удаленно (вне офиса).
- Исключение печати и затрат на курьерскую доставку.
- Ускорение процессов подготовки и подписания документов.

Какие задачи и решения 2020 года мы возьмем в будущее

В 2021 году с целью обеспечения надежности поставок, повышения эффективности процессов взаимодействия с партнерами и поставщиками и соблюдения принципов устойчивого развития по всей цепочке поставок мы планируем:

-  продолжить увеличение объемов локализации сельскохозяйственного сырья при соблюдении прежнего принципа — выбирать наиболее конкурентных производителей по качеству сырья и ценовому предложению;
-  перейти на долгосрочное взаимодействие с поставщиками и партнерами (заключение договорных обязательств на сроки от трех лет и более);
-  организовать ряд обучающих сессий для наших партнеров, в ходе которых мы подробнее расскажем о роли Устойчивого развития в управлении цепочкой поставок и более детально познакомим их с платформой EcoVadis;

-  продолжить вовлечение поставщиков и партнеров в электронный документооборот;
-  продолжить вовлечение и оценку на соответствие принципам устойчивого развития и помогать им успешно достигать совместных целей и совершенствования в рамках взаимодействия.



ГЛАВА 6

РАСШИРИЛИ АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ И ПРЕДЛОЖИЛИ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ СБАЛАНСИРОВАННОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ



fuzetea



Выпуск неизменно качественной продукции находится в центре внимания Coca-Cola в России и мире. Нам важно, чтобы потребитель получал вкусный и безопасный продукт, производство которого на всех этапах, начиная с закупки ингредиентов, и заканчивая доставкой его в магазин, соответствует нашим высоким стандартам качества и принципам устойчивого развития. Мы не хотим останавливаться на достигнутом и предъявляем все более высокие требования к себе и своим напиткам, уделяя особое внимание поддержке сбалансированного образа жизни наших потребителей.

Чего мы добились в 2020 году

87%

достигли по «Матрице зрелости» (+1 п.п. к 2019 году) и заняли **3-е место** среди Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG. Данный рейтинг позволяет оценивать производство, бизнес-процессы и компетентность сотрудников относительно установленного компанией 100%-ного уровня.

на 5%

снизили содержание сахара по всему продуктовому портфелю по сравнению с 2019 годом.

на 70%

снизилось количество жалоб потребителей на качество напитков, подтвержденных как производственный дефект.

3 568 часов

обучения провела Coca-Cola в России для сотрудников в области безопасности и качества пищевой продукции.

97,5%

достигли по ключевому показателю качества сервиса при доставке продукции DIFOTAI10 (+0,4 п. п. к 2019 году).

5 новых продуктов

без содержания сахара выпустила Coca-Cola в России.

в 2,5 раза

снизили количество бутылок с потенциальным дефектом.

Подробнее о проекте «Матрица зрелости» и его методологии мы рассказывали в Отчете об устойчивом развитии [за 2018 год](#) (с.107-109), а также в отчете [за 2019 год](#) (с.123).

Строго следовали стандартам, требованиям и внутренним политикам

GRI 103-2. Стремление Coca-Cola в России производить высококачественные и безопасные продукты пронизывает все этапы работы. Мы выступаем за сбалансированный образ питания потребителей и поддерживаем ответственное отношение к своему здоровью, а также руководствуемся рекомендациями Всемирной организации здравоохранения по ограничению потребления сахара и постоянно совершенствуем рецептуру напитков. На основе наших ценностей была разработана действующая Политика в области здоровья и обеспечения качества жизни. Руководствуясь этим документом и нашей глобальной стратегией «Наш путь вперед», мы разрабатываем новые продукты и ведем ответственный диалог с потребителями, предоставляя прозрачную информацию о составе своих продуктов.

Поскольку качество продукта напрямую зависит от сырья, мы предъявляем высокие требования к его качеству и применяем двойной контроль при отборе поставщиков. Использование местного сырья и ведение бизнеса в соответствии с принципами устойчивого развития — также важные фокусы нашей стратегии.

Подробнее с нашим подходом к закупкам вы можете ознакомиться в разделе [«Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок»](#).

Строгий контроль качества продукции Coca-Cola в России отлажен на всех этапах: от закупки ингредиентов и материалов до доставки и реализации в торговых точках. Мы постоянно развиваем производственную культуру и повышаем квалификацию сотрудников в вопросах качества и пищевой безопасности.



Внутренние документы, регламентирующие наш подход к качеству продукции

Производственные процессы			
Разработка	Закупка сырья	Производство	Доставка
Основные документы			
Политика в области здоровья и качества жизни	Требования к ингредиентам — сахару, углекислому газу и другим видам сырья	Политика по качеству и безопасности пищевых продуктов, а также прочие внутренние документы, регламентирующие организацию выпуска безопасной и качественной продукции	Условия сотрудничества с контрагентами

Вышли на 3-е место в Группе по качеству продукции в рамках «Матрицы зрелости»

Кризисная ситуация и непростые условия работы не помешали нам доказать эффективность в управлении качеством продукции. По итогам года Coca-Cola HBC Россия смогла не только сохранить предыдущий результат, но и обеспечить себе небольшой прирост. Мы достигли 87% по данному индексу, улучшив позицию на один процентный пункт (+1 п. п. к 2019 году). и вошли в топ стран Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG с уровнем зрелости «Ключевые ценности», разделив **третье место** с Польшей, Словенией и странами Балтии.

«Матрица зрелости» оценивает систему управления качеством относительно установленного компанией 100%-го уровня через аспекты производства, бизнес-процессов и компетентности сотрудников. На основании этой оценки присваивается один из четырех уровней зрелости и формируется рейтинг по странам, входящим в Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG.

Подробнее о «Матрице зрелости» мы рассказывали в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год](#) (стр. 108).

Рейтинг стран Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG в «Матрице зрелости»



Усовершенствовали подход к управлению качеством

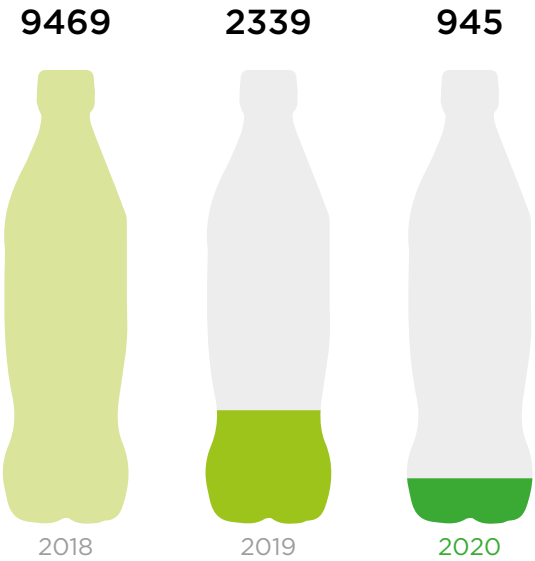
В 2020 году вопросы здоровья и безопасности стали как никогда волновать общество. Эта обеспокоенность также связана и с вопросами пищевой безопасности и качества продукции. Мы находимся в постоянном процессе усовершенствования своей системы управления качеством. И 2020 год не стал исключением, а лишь подтвердил, что все наши усилия в этой сфере отвечают запросам наших потребителей.

GRI 103 Основной инструмент, который мы используем для статистического контроля процессов — SPC Tool. Это программное обеспечение помогает нам эффективно управлять процессами на всех заводах Coca-Cola в России, непрерывно контролировать производство по нескольким критичным параметрам, выявлять и быстро реагировать на отклонения процесса от спецификации. С помощью SPC Tool мы также анализируем данные микробиологических тестов по всем предприятиям. Возможность анализировать показатели в совокупности позволяет нам наблюдать тренды и изменения в качестве продуктов.

Своевременное обновление мастер-данных, замена и ремонт оборудования, с помощью которого мы осуществляем онлайн-мониторинг параметров качества напитков, способствовало сокращению количества продуктов с потенциальным дефектом в упаковке и самом продукте на 1 млн единиц продукции почти в 2,5 раза по сравнению с 2019 годом, до 945.

Подробнее об SPC Tool мы рассказывали в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год](#) (стр. 105).

Количество бутылок с потенциальным дефектом (из расчета на 1 млн бутылок)



Использование передовых технологий и последовательное снижение количества продуктов с потенциальным дефектом позволило нам снизить количество жалоб от потребителей, которые поступали на горячую линию и были подтверждены как производственный дефект, на **70%**.

Мы проводим программу превентивного обслуживания Critical to Quality Maintenance Matrix (CtQMM), чтобы своевременно реагировать на ошибки или поломки, которые могут произойти во время эксплуатации производственного оборудования, задействованного в производстве напитков. Например, внешние специалисты оценивают эффективность процессов мойки на территории розлива напитков, целостность теплообменников, чтобы предотвратить вероятность попадания микроорганизмов, которые могут ухудшить качество продукции.

Чтобы поддерживать качество продукции на высоком уровне, мы стремимся постоянно обновлять оборудование, процессы и системы производства напитков на всех заводах. Например, в 2020 году мы обновили процедуры приготовления купажных сиропов и процессы ополаскивания тары, а также пересмотрели требования к хранению напитков в связи с появлением новых продуктов.

Новое оборудование на заводе в Ростове-на-Дону



В 2020 году на всех производственных линиях в Ростове-на-Дону установлены новые мониторы поточного производства (inline), которые отслеживают уровень насыщения напитков углекислотой и контролируют содержание сахара в продукте. Данная технология позволяет сохранять стабильность производственных процессов и обеспечивает высокое качество напитков Coca-Cola.

В 2021 году мы планируем расширить применение этой практики и на другие производственные линии в России.

Замена автомата по отбраковке банки на баночной линии в Ростове-на-Дону



В 2020 году на заводе в Ростове-на-Дону мы заменили автомат по отбраковке уже наполненной банки, благодаря чему повысилось качество упаковки. Теперь мы можем выявлять даже самые мелкие отклонения от норм в баночных продуктах.

Благодаря активной работе в области улучшения контроля качества Coca-Cola в России добивается признания со стороны международных организаций, ориентированных на устойчивое развитие

Сертификация Rainforest Alliance



Большим достижением для Coca-Cola в России стало признание со стороны Rainforest Alliance — некоммерческой организации, которая создает будущее, где люди и природа развиваются в гармонии. В 2020 году 4 наших завода, выпускающие холодный чай FUZETEA — в Истре, Новосибирске, Ростове и Москве — прошли аудит и получили сертификат на соответствие требованиям стандарта Rainforest Alliance. Сертификат подтверждает, что экстракт чая в наших напитках на 100% возможно проследить до сбора на сертифицированной этой организацией ферме.

Внедрили программу обучения по критическим вопросам качества

Компетентность наших сотрудников непосредственно влияет на качество напитков, которые мы производим, поэтому мы уделяем особое внимание обучению и повышению культуры качества и пищевой безопасности.

3 568 часов было уделено обучению сотрудников Coca-Cola в России в области безопасности и качества пищевой продукции в 2020 году

Взгляд изнутри

« В 2020 году мы реализовали большой проект — программу Critical-to-Quality Training (обучение по критическим вопросам качества), в соответствии с которым мы разработали целую серию из 12 тренингов на определенную тему в технологическом процессе производства. Например, в качестве отдельных блоков мы взяли асептическое производство, входной контроль сырья — то есть те темы, которые должен знать каждый сотрудник на производстве. Это было очень глубокое, детальное погружение в требования к качеству с привлечением экспертов».



Юлия Ярошенко, менеджер по обеспечению соответствия стандартам устойчивого развития по стране, Coca-Cola HBC Россия

«Культура качества» — приоритетное направление работы Coca-Cola в России в сфере управления безопасностью и качеством продукции.

Практика коротких бесед о пищевой безопасности (ToolboxTalks) и система для сбора обращений NearMess помогают нам эффективно управлять вопросами качества напитков. В 2020 году мы усовершенствовали работу по этим направлениям: разработали 24 ToolBoxTalks для проведения бесед с персоналом по актуальным темам пищевой безопасности, сделали 8 публикаций в Интранете, повышая осведомленность всех сотрудников компании о важности вопросов качества и пищевой безопасности. Кроме того, в 2020 году в рамках «Недели качества» мы провели тематические мероприятия для сотрудников нескольких функций: производства, коммерческой логистики, закупок и планирования.

Образовательные программы распространяются и на наших партнеров. Например, в 2020 году мы провели обучение и передали материалы представителям головных офисов розничных сетей «Магнит» и X5 Retail Group для дальнейшего обучения ими своих сотрудников тому, как правильно обращаться с нашей продукцией и хранить ее на складах.

Улучшили показатели качества доставки благодаря сотрудничеству с клиентами

Производство — только часть нашей системы по управлению качеством цепочки. Чтобы продукция добралась до потребителя, необходимо обеспечить ее безопасную и эффективную доставку. По результатам 2020 года нам удалось улучшить ключевой показатель оценки качества доставки продукта клиенту DIFOTAL на 0,4 п.п. и достичь отметки в 97,52%.



Какие мероприятия мы реализовали для улучшения качества и сервиса доставки

- Проводили проекты по совместному прогнозированию доставки с клиентами;
- Организовали кроссфункциональное управление показателем DIFOTAL;
- Были на связи с клиентами для внесения своевременных изменений в планы;
- Проводили квартальные встречи с национальными сетями и ежегодные встречи на высшем уровне для определения зон развития в сфере логистики.



Каких результатов нам удалось добиться

- Улучшили показатель DIFOTAL на 0,4 п. п. по сравнению с 2019 годом;
- Улучшили показатель утилизации транспорта на 1 п. п. по сравнению с 2019 годом;
- Помогали клиентам во время усиления нагрузки на доставку в связи с пандемией;
- Сделали доставку более предсказуемой;
- Развили электронный обмен данными с клиентами.



Каких результатов мы хотим достичь в 2021 году

- Улучшить показатель DIFOTAL до 97,8%;
- Улучшить процесс документооборота с национальными сетями;
- Осуществлять регулярную оценку уровня сервиса;
- Оптимизировать цепочку поставок.

На эффективность доставки влияет несколько факторов, в том числе качественное прогнозирование спроса, оптимальное планирование процесса, которые невозможны без постоянной коммуникации с клиентами.

В управлении показателями DIFOTAI принимает участие коммерческий отдел, что позволяет быть всегда на связи с клиентами и уменьшать неточности в оформлении заказов. В 2020 году мы значительно улучшили OT (On Time) — показатель своевременности доставки. Мы согласуем с клиентами изменения в прогнозах поставок и заранее заботимся о наличии продукции, чтобы в необходимые сроки обеспечить ее быструю доставку.

В результате показатель утилизации большегрузного транспорта (отношение фактического объема или веса перевозимого груза к общей вместимости транспортного средства) составил 97,4% — на 1 п. п. выше, чем в 2019 году. Рост показателя утилизации также способствует снижению углеродного следа Coca-Cola в России.

Подробнее о наших инициативах по снижению углеродного следа мы рассказываем в разделе о том, как [«Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата»](#), стр. 89.

Снизили уровень сахара в продуктах на 5% по всему портфелю



~ 1/3

портфеля газированных напитков составляют продукты со сниженным и нулевым содержанием сахара.



на 15%

выросли продажи Coca-Cola без сахара, а также всех ее низкокалорийных альтернатив в транзакциях по сравнению с 2019 годом.

до 20 брендов, до 153 разновидностей напитков

расширился наш портфель по сравнению с 18 брендами и 127 разновидностями напитков в 2019 году.

На 5%

снизили уровень сахара в продуктах на 5% по всему портфелю.

22%

составила доля малого формата (0,33 л и меньше) от всего объема продаж в транзакциях всей продукции Coca-Cola в России в 2020 году.

GRI 103 В 2020 году Coca-Cola в России продолжила руководствоваться стратегией «Наш путь вперед», в центре которой находится забота о благополучии и здоровье потребителей. Мы продолжили работать по всем направлениям этой стратегии: снижали количество сахара в напитках и их калорийность, выпускали продукты в новых для нас категориях и напитки с пониженным содержанием сахара, уделяли особое внимание производству продукции в упаковке 0,33 л и менее (чтобы помочь потребителям контролировать свой рацион), строго придерживались политики ответственного маркетинга и предоставляли полную и прозрачную информацию о нашей продукции. Мы также активно продолжили оказывать маркетинговую поддержку бескалорийным и низкокалорийным напиткам. Таким образом мы учитывали происходящие в обществе изменения: запросы потребителей оказывают прямое влияние на принимаемые Coca-Cola в России решения о составе продуктов и нашем портфолио. Интерес к здоровому образу жизни усиливается с каждым годом, поэтому мы ориентируемся на производство продукции с пониженной калорийностью, выведение новых альтернативных продуктов и категорий, расширение вкусов и улучшение наших формул.

Подробнее о стратегии «Наш путь вперед» мы рассказывали в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2015–2016 годы](#) (стр. 106–103).

Создать вкусный, и при этом низкокалорийный напиток — сложная задача, которую компания решает каждый раз, предлагая новинку потребителю. Продукты с пониженным

содержанием сахара или без него могут отличаться от сладких по вкусу, плотности, текстуре. Людям требуется время, чтобы к ним привыкнуть. Именно поэтому мы сокращаем количество сахара постепенно и разрабатываем рецептуру таким образом, чтобы качество и свойства продуктов не снижались, а потребители могли наслаждаться любимыми напитками без компромисса во вкусе.

Взгляд изнутри

« Уже сегодня технологии производства позволяют полностью убрать сахар из напитков Coca-Cola, однако, как показывают опросы фокус-групп, российские потребители по-прежнему предпочитают сладкие. Помимо этого, напитки с пониженным содержанием сахара воспринимаются иначе: сахар придает продукту плотность, и без этого ингредиента наши потребители чувствуют, что им чего-то не хватает. Поэтому снизить количество сахара до нуля возможно, однако встает вопрос: насколько положительно это воспримет потребитель».



Юлия Калинова, старший менеджер по научным и нормативным вопросам ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

GRI 416-1 Чтобы вносить позитивный вклад в здоровый образ жизни общества, Coca-Cola в России приняла на себя обязательство сократить количество сахара в напитках на 10% с 2019 года к концу 2024 года, подписав Кодекс добровольных обязательств производителей безалкогольных напитков. По итогам 2020 года мы уже снизили количество сахара на 5% по сравнению с 2019 годом, а также помогли расширить действие кодекса еще на четыре компании.

Для того, чтобы иметь более широкие возможности создания разнообразных, вкусных и интересных напитков, мы делимся нашей экспертизой в области пищевого законодательства различных стран с российскими органами государственной власти. Таким образом, мы стремимся гармонизировать разные подходы к регулированию пищевой отрасли, чтобы избежать двойных стандартов и иметь возможность предложить нашим потребителям больше вариантов продуктов, с одной стороны, соответствующих самым высоким требованиям по безопасности, а с другой — предоставляющих потребителю право выбора. Примером может быть работа над использованием стевии и ее экстрактов (один из самых безопасных заменителей сахара) в производстве продуктов. Использование стевии и требования к маркировке такой продукции существенно различаются в разных странах, что ограничивает возможности применения таких подсластителей.

Совершенствовали свою работу и продукцию, опираясь на ожидания потребителей

В 2020 году мы вновь убедились, что доверие потребителей к бренду — тот элемент, без которого невозможен успех Coca-Cola в России. И для того, чтобы заслужить доверие, нам необходимо знать своих потребителей и учитывать их интересы и пожелания.

Взгляд изнутри

« Доверие к бренду стало еще более ценным показателем в период пандемии. Бренды должны хорошо понимать, что происходит в реальной жизни, с какими проблемами и трудностями сталкиваются потребители. Умение вовремя и правильно реагировать на насущные потребности потребителей — тот ключ, благодаря которому мы сохраняем доверие покупателей на высоком уровне».



Олег Мамаев, директор по маркетингу газированных напитков ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

Новые продукты без сахара Coca-Cola в Росси в 2020 году



Coca-Cola Orange

Инновационный продукт без содержания сахара: классический освежающий вкус Coca-Cola гармонично сочетается со вкусом апельсина. Выпущен в апреле 2020 года. Несмотря на сложные условия из-за пандемии, новый напиток пользовался высоким спросом у потребителей и занял хорошую позицию на рынке.



Sprite Ice

Компания создала новый вкус напитка Sprite без содержания сахара. Новый продукт оказался успешным среди покупателей и помог Coca-Cola в России удержать долю низкокалорийных напитков в сегменте газированных напитков.



FUZETEA яблоко-киви и FUZETEA малина-мята

В мае Coca-Cola в России совершила стратегический прорыв в сегменте прохладительных чаев: появились два новых необычных вкуса FUZETEA без сахара. Это первые подобные напитки в своей категории на российском рынке. Их вывод на рынок продемонстрировал успешность скорректированных из-за пандемии действий компании.



Coca-Cola Energy Zero

Компания выпустила обновленную версию энергитического напитка без содержания сахара. Ингредиенты Cocal-Cola Energy Zero в сочетании с нулевым содержанием сахара сделали продукт популярным у потребителей разных групп.

Россияне все больше стремятся соблюдать сбалансированный рацион питания, руководствуясь трендом на здоровый образ жизни. Появление в портфеле Coca-Cola в России в 2020 году новых продуктов без сахара или с его пониженным содержанием отразили эту тенденцию. И то, что новые продукты сразу же пришлось по вкусу нашим потребителям, еще раз подтвердило правильность выбранного нами курса развития.

Создание новых продуктов и вкусов — творческий процесс, для которого нужны как отличное знание своего потребителя, так и нестандартный взгляд на уже привычные вещи. У российских покупателей, как и у покупателей в любых других странах, есть свои предпочтения, и экзотические варианты напитков не всегда подходят нашим потребителям. Например, опросы фокус-групп, которые мы проводили, показали, что воде с кокосовым вкусом наши потребители предпочитают более традиционный формат с лимоном.

Фокус-группы, которые мы собираем, позволяют актуализировать наши представления о вкусовых предпочтениях россиян. Затем мы даем потребителям возможность попробовать образцы напитков и внимательно изучаем их отзывы. Непосредственная коммуникация с потребителями при запуске новых продуктов крайне важна для Coca-Cola в России. Поэтому даже в период пандемии, когда дегустация продукции не могла быть реализована на местах из-за эпидемиологических ограничений,

для передачи образцов мы воспользовались возможностями курьерской доставки. Так, в рамках промокампаний при покупке продуктов онлайн-заказ покупателей розничных сетей дополнялся образцом нашей продукции. В первую очередь потребителям предлагали попробовать именно низкокалорийные напитки, поскольку их производство занимает одно из ключевых мест в стратегии Coca-Cola в России.

В рамках поддержки сбалансированного образа жизни мы также стремимся популяризовать маленькую упаковку — это стратегически важная задача для Coca-Cola в России. Давая потребителям возможность покупать любимые напитки или пробовать что-то новое в упаковках небольшого формата, мы помогаем им контролировать свой рацион. В линейках всех наших новых продуктов 2020 года: Coca-Cola Orange без сахара, Sprite Ice, FUZETEA без сахара — есть маленькие упаковки 0,33 литра и менее. В 2020 году **доля малого формата (0,33 л и меньше)** составила **22%** от всего объема продаж в транзакциях всей продукции Coca-Cola в России.

Маркетинговые акции Coca-Cola в России также нацелены на продвижение низкокалорийных и бескалорийных напитков в маленькой упаковке. Coca-Cola без сахара остается нашим стратегическим брендом, и в рекламных кампаниях мы показываем потребителю, что этот вариант напитка прекрасно сочетается с едой. По результатам 2020 года продажи Coca-Cola без сахара, а также всех ее альтернатив выросли на **15%** в транзакциях по сравнению с 2019 годом.

Для популяризации маленькой упаковки мы также стараемся использовать оригинальные решения. Например, к Чемпионату Европы по футболу EURO 2020™ Coca-Cola в России выпустила лимитированную серию напитков в небольшом объеме с изображениями российских футболистов. Такой формат был позитивно воспринят покупателями, и даже отсутствие рекламной поддержки из-за переноса Чемпионата на лето 2021 года не помешало его успеху.



Coca-Cola в России прислушивается к мнению потребителей и учитывает их интересы и запросы. Нам важно не только создавать инновационные продукты, но и выстраивать доверительную коммуникацию в соответствии с настроением и ожиданиями потребителей от бизнеса. Так, во время проведения рекламных кампаний в 2020 году Coca-Cola в России старалась ориентироваться на меняющуюся ситуацию в обществе из-за пандемии COVID-19. В начале пандемии мы приостановили часть рекламной коммуникации. Высвободившиеся ресурсы

мы направили на организацию и проведение акций взаимопомощи, включая передачу гуманитарной помощи медикам, волонтерам, нуждающимся.

Подробнее о реализованных мероприятиях и оказанной во время пандемии помощи мы рассказываем в разделах [«Трансформировали социальные проекты и развивали партнерства»](#) и [«Развивали и поддерживали наших сотрудников»](#), а также на нашем [сайте](#).

Информировали потребителей о составе нашей продукции с помощью «светофорной» маркировки

GRI 417-1 В России мы были одними из первых на рынке, кто добровольно начал размещать на лицевой стороне упаковки доступную информацию о калорийности напитка, чтобы потребители могли сделать осознанный выбор, а также тщательнее контролировать рацион и придерживаться сбалансированного питания.

Решение 2019 года использовать «светофорную» маркировку продукции на ПЭТ-упаковке всей линейки напитков Coca-Cola также нашло продолжение в работе Coca-Cola в России в 2020 году. С помощью специального обозначения на лицевой части упаковки мы указываем информацию о калорийности напитка и содержании ингредиентов на 100 г продукта и порцию в 250 мл с цветовыми обозначениями.



Цветовая маркировка включает информацию о содержании жиров, насыщенных жирных кислот, сахара и соли в одной порции и на 100 мл. Эти значения указываются как в абсолютных цифрах, так и в процентах от установленного рекомендуемого или среднесуточного потребления (потребности), посчитанных на одну порцию, и выделяются цветом — красным, желтым или зеленым.

Подробнее о «светофорной» маркировке мы рассказали в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 год](#) (стр. 138).

Какие задачи и решения 2020 года мы возьмем в будущее

2020 год показал, что Coca-Cola в России успешно справляется с вызовами и изменениями в деловой среде, сохраняя качество напитков на высоком уровне. В 2021 году мы планируем продолжать развитие ключевой глобальной стратегии «Наш путь вперед» и программы «Культура качества», инвестировать в обучение сотрудников и контрагентов, улучшать показатели в рамках «Матрицы зрелости», совершенствовать процессы доставки продукции.

Ключевые планы:



свести к нулю инциденты, связанные с качеством продукции;



сократить количество жалоб на нашу продукцию от потребителей;



расширить применение направления «Культура качества» на логистику;



реализовать проект на московском заводе по модернизации системы приготовления сахарного сиропа;



улучшить показатель DIFOTA¹ и достичь значения 97,8%;



продолжить работу по выполнению обязательства снизить содержание сахара на 100 мл напитка на 10% к 2024 году в рамках Кодекса добровольных обязательств производителей безалкогольных напитков и просвещению потребителей в области сбалансированного питания;



продолжить работу по популяризации напитков в маленькой упаковке.

ГЛАВА 7

**СНИЗИЛИ
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ
ОТХОДЫ И УВЕЛИЧИЛИ
ДОЛЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ПЕРЕРАБОТАННОГО
ПЭТ-СЫРЬЯ**

В рамках снижения экологического следа мы

2020 год научил нас нестандартно мыслить, оперативно реагировать и находить решения для самых сложных и неожиданных проблем. Ограничения, которые были введены в стране из-за пандемии, способствовали поиску новых форматов для наших инициатив.

-  Уменьшаем количество отходов в собственном производственном цикле, последовательно наращиваем долю использования вторичного сырья в используемом нами ПЭТ.
-  Собираем и отправляем на переработку эквивалент потребительской упаковки, выпускаемой нами на рынок, очищаем от мусора береговые зоны.
-  Реализуем концепцию «территорий без отходов» в наших московских офисах и на массовых мероприятиях.
-  Продолжаем практику реализации просветительских программ, переводя их в онлайн-формат.

-  Внедряем и развиваем культуру и практику отдельного сбора отходов с помощью просветительских инициатив: флагманского экологического проекта «Разделяй с нами», концепции «Город без отходов» в Казани, экологических программ в Поволжье, Черноморском побережье и на Байкале, волонтерского проекта «Зеленые команды Coca-Cola».
-  Продолжаем отраслевую работу в рамках ассоциаций РУСПРО, РУСПЭК. Мы принимаем участие в формировании законодательной среды, которая поможет сократить поступление отходов упаковки на полигоны и увеличить их переработку и вовлечение во вторичное использование.



Чего мы добились в 2020 году

На 7,3%

снизили объем отходов производства почти по сравнению с 2019 годом.

На 13,3%

увеличили объем неопасных отходов, которые были использованы многократно, по сравнению с 2019 годом.

99%+

нашей упаковки пригодно для переработки.

5,2%

составила доля использования вторичного ПЭТ-сырья от всего объема использованного ПЭТ.

На 10%

состоит из вторичного сырья большая часть нашей ПЭТ-упаковки (на конец 2019 года).

На 0,45 г

снизился вес колпачка на Московском заводе (2,05 г вместо 2,5 г).

Увеличили долю

вторичного сырья для картонной упаковки: уже сейчас мы используем прокладочные листы, изготовленные из 100% макулатуры, и короба, изготовленные из макулатуры на 30%.

~800 тыс.

человек вовлекли в просветительскую часть проекта «Разделяй с нами». С 2016 года в этой части проекта поучаствовали 2,7 млн человек.

Запустили проект

по созданию первого в России «Города без отходов» на территории Казани.

77+ тонн

мусора собрано и отправлено на переработку в рамках проектов «За чистое будущее озера Байкал», «День Черного моря», «Живая Волга».

Продолжили следовать стратегии «Мир без отходов» и увеличили долю вторично используемого ПЭТ-сырья

GRI 103-1. Проблема обращения с отходами затрагивает каждого человека в мире. По оценкам Всемирного банка, по мере урбанизации, экономического развития, общего роста населения и увеличения доли живущих в странах и городах объем образования отходов вырастет с 2,01 млрд тонн в 2016 году до 3,40 млрд тонн в 2050 году. По меньшей мере 33% этих отходов в настоящее время во всем мире сжигаются или не перерабатываются вовсе. Несмотря на начатую в 2019 году реформу обращения с отходами, в России ситуация в этой сфере пока остается неблагоприятной. Уровень переработки отходов не превышает 7%, а более 90% по-прежнему направляется на полигоны и свалки, которые зачастую не отвечают требованиям природоохранного законодательства и отравляют воздух, воду и почву. Существенная часть того, что не перерабатывается в России — это отходы пластиковой упаковки.

Пока мир не может отказаться от пластика, Coca-Cola в России вносит посильный вклад в избавление от его следов в окружающей среде. Наше решение — модель безотходного потребления, когда вся выпущенная на рынок упаковка перерабатывается и получает вторую жизнь, принося пользу.

GRI 103-2. Снижение объема отходов на планете — один из основных приоритетов стратегии в области устойчивого развития системы Coca-Cola. В 2018 году система Coca-Cola и все компании-партнеры по производству и дистрибуции напитков приняли глобальную стратегию «Мир без отходов», преследующую три цели:

-  Перейти на полностью перерабатываемую упаковку к 2025 году.
-  Увеличить долю переработанного ПЭТ-сырья в используемом нами ПЭТ до 35% к 2025 году и до 50% к 2030 году.
-  К 2030 году собирать и отправлять на переработку 100% эквивалента всей упаковки, выпускаемой нами на рынок.

Частью стратегии «Мир без отходов» стала концепция «Территорий без отходов» — комплекс инфраструктурных, просветительских и культурных решений, обеспечивающих сбор и переработку на отдельных территориях 100% эквивалента потребительской упаковки от реализуемой системой Coca-Cola продукции. Таким образом, глобальная повестка устойчивого развития системы Coca-Cola совпадает с целями территорий, готовых принять вызов «Ноль отходов». Совместно с партнерами: администрациями, заводами по переработке, экспертами, НКО — мы запускаем просветительские программы для жителей городов и развиваем инновационные технологии, чтобы дать отходам вторую жизнь.



GRI 306-4. Мы последовательно увеличиваем долю переработанного сырья в используемом нами ПЭТ (полиэтилентерефталат — основной материал для производства бутылок). В 2020 году доля вторичного ПЭТ-сырья от всего объема используемого ПЭТ составила 5,2%, что несколько ниже чем в 2019 году из-за изменений в объеме производства продукции в данном виде упаковки. Мы увеличили долю вторичного сырья, используемого для картонной упаковки нашей продукции: уже сейчас все прокладочные листы изготовлены из макулатуры на 100%, а в картонных коробах доля вторсырья достигает до 30%.

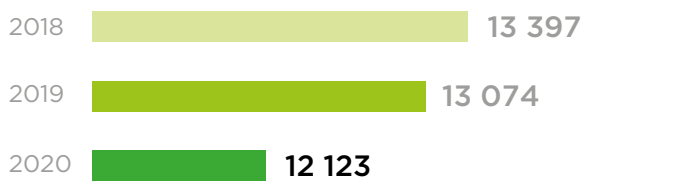
На конец 2020 года большая часть нашей ПЭТ-упаковки уже на 10% состоит из вторичного ПЭТ-сырья. Работа над увеличением доли вторичного сырья в упаковке ведется постоянно: изменение технических характеристик упаковки требует длительного тестирования, ведь экологичная упаковка должна сохранять все потребительские свойства.

Наш стратегический подход к управлению отходами не изменился — глобальная стратегия, которой мы придерживаемся, подробно описана в [Отчете по устойчивому развитию за 2018 год](#), стр. 43 и 52.

Ускорили темпы сокращения производственных отходов и продолжили совершенствовать дизайн нашей упаковки

В 2020 году Coca-Cola в России снизила общий объем неопасных отходов производства. Этот показатель сократился более чем на 950 тонн, или почти 7,3%, после снижения на 323 тонны, или 2,4%, годом ранее.

GRI 306-3. Общий объем неопасных производственных отходов в 2020 году, тонны



Подробнее о результатах и количественных показателях см. в [Приложении](#), стр. 178-180.

GRI 306-1 В 2020 году Coca-Cola в России не только снизила общий объем образованных неопасных отходов на 7,3%, но и повторно использовала почти 2 134 тонны отходов, относящихся к классу неопасных, это на 42% меньше по сравнению с 2019 годом. На захоронение было направлено на 25% меньше отходов, относящихся к неопасным в сравнении с 2019 годом (1 090 тонн).

Объем опасных отходов, вовлеченных в цикл многократного использования, наоборот, возрос и составил 191 тонну, что почти на 60% выше, чем в 2019 году.

91,09%

(+3 п. п. к 2019 году) производственных отходов было направлено на утилизацию (переработку, вторичное использование) в 2020 году.

« В России в общем объеме твердых коммунальных отходов около 42% составляет упаковка (из металла, картона, пластика и стекла), еще 3-4% составляет текстиль, около 1% — электроника».



Любовь Меланевская, менеджер по правовому регулированию Coca-Cola HBC Россия

Объемы генерируемых человечеством отходов растут с каждым годом, поэтому компании и научно-исследовательские институты по всему миру ищут экологичные альтернативы практически для всех вещей, которые люди используют в быту или на производстве. В нашей отрасли — производстве напитков — активно обсуждаются инновационные методы упаковки: бумажные и картонные бутылки или многоразовые контейнеры для жидкостей и даже съедобная упаковка из быстрорастущих водорослей.

Мы не собираемся останавливаться на достигнутом или ограничиваться только собственными разработками и силами. Система Coca-Cola продолжит инвестировать в новые технологии, которые способствуют развитию экономики замкнутого цикла. Наши инициативы на глобальном уровне: бумажная и из 100% переработанного пластика бутылки, даже бутылка из пластика произведенного из сахарного тростника!



Бутылка, содержащая пластик из растительного сырья: Plant Bottle

Бутылка на 30% сделана из материала, который получают преимущественно из сахарного тростника. Причем используют не сам тростник, а его отходы, получаемые от производства сахара. Оставшиеся 70% в составе — это полиэтилентерефталат, известный как ПЭТ. Такая бутылка может быть полностью переработана. Для ее производства используется больше возобновляемых ресурсов растительного происхождения и значительно меньше нефтепродуктов.

Ещё одна проблема, которую помогает решать данная технология, это выбросы углекислого газа. Снижение выбросов CO₂ за 9 лет продаж продуктов в такой упаковке сравнимо с сокращением выбросов от миллиона автомобилей за такой же период.

В России на данный момент в этой бутылке продается Adez — напиток на растительной основе. В целом по миру мы выпускаем в год 6 млрд бутылок, сделанных по этой технологии, и разливаем в них несколько десятков различных напитков.



Бутылка, содержащая морской переработанный пластик: Marine Plastic Bottle

Пластиковая бутылка состоит на 20-25% из пластика, собранного на 84 пляжах Испании и Португалии, а также рыбаками в 12 портах Средиземного моря в рамках проекта «Circular Seas» («Круговорот в море»).



Картонная упаковка для мультипаков: KeelClip

Инновационное минималистичное решение упаковки из картона. В рамках этой инициативы группа компаний Coca-Cola HBC удалил термоусадочную пленку со всей упаковки банок на рынках Европейского союза к концу 2021 года. Сейчас данная технология внедрена в Ирландии, Польше, Австрии, Швейцарии, Румынии, Италии.



Бутылка из 100% переработанного пластика

На данный момент используется для розлива воды брендов Deer RiverRock в Ирландии, Dorna в Румынии, Römerquelle в Австрии и Хорватии, Valser в Швейцарии.



Первый прототип бумажной бутылки

Мы хотим разработать такую бумажную бутылку, которую можно будет использовать как вторсырье для переработки, как и любой другой тип бумаги. Этот прототип — первый шаг на пути к достижению этой цели. В прототипе первого поколения все еще содержится небольшая доля переработанного пластика. Наша следующая задача — найти решение, которое позволит нам отказаться от пластикового слоя внутри бутылки.

Одновременно система Coca-Cola стремится минимизировать, а впоследствии и полностью исключить использование неперерабатываемой упаковки. В 2020 году мы начали проработку плана действий в этом направлении и уже на шаг приблизились к цели, сократив количество неперерабатываемых отходов в упаковке на 1%. На конец 2020 года **более 99%** нашей упаковки в России уже было пригодно для переработки.

Взгляд изнутри

« С точки зрения подхода к упаковке мы занимаем проактивную позицию. Использование вторичного ПЭТ-сырья было одобрено для наших газированных и особым способом стерилизованных асептических напитков. Мы соблюдаем общую схему и перечень тестирования и внедрения вторичного ПЭТ-сырья. Только после детальных анализов и подтверждений от лабораторий, что материал упаковки не вступает в реакцию с напитком, не мигрирует, не может навредить или каким-то образом повлиять на качество продукта, мы можем использовать его. В первом полугодии 2021 года мы планируем внедрить 20% использование вторичного ПЭТ-сырья для производства некоторых бутылок на наших заводах в Москве, Истре, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Самаре. На данный момент мы проводим исследования для негазированной и газированной воды BonAqua».



Наталья Полозова,
менеджер по обеспечению
качества, системы качества
и экологии
Coca-Cola HBC Россия

В течение нескольких лет на заводах Coca-Cola в России поэтапно реализуется проект снижения веса упаковки Light weighting («Облегченная упаковка») на девяти заводах.

В 2020 году на московском заводе успешно внедрили облегченный колпачок, который весит 2,05 г вместо прежних 2,5 г. Запуск проекта Light weighting на заводах в Москве, Красноярске, Екатеринбурге и Новосибирске позволил сэкономить в 2020 году 867 тонн ПЭТ-сырья, а за два года реализации — 2 100 тонн.

GRI 306-1 В 2020 году Coca-Cola в России не только снизила общий объем образованных неопасных отходов до 12 123 тонн, что на 7,3% меньше, чем в 2019 году, но и повторно использовала почти 2 134 тонны отходов, относящихся к классу неопасных, это на 42% меньше по сравнению с 2019 годом. На захоронение было направлено на 25% меньше отходов, относящихся к неопасным в сравнении с 2019 годом (1 090 тонн). Объем опасных отходов, вовлеченных в цикл многократного использования, наоборот, возрос и составил 191 тонну, что почти на 60% выше, чем в 2019 году (см. таблицу в Приложении). В 2020 году 91,09% производственных отходов было направлено на утилизацию (переработку, вторичное использование).

Мы ответственно относимся к информированию потребителей и соблюдаем все требования законодательства по маркировке упаковки. Наша упаковка отвечает высоким экологическим стандартам и, что тоже важно, информативна для потребителей.

Клеймы (значки), которые используются на упаковках продукции, выпускаемой Coca-Cola в России.



Упаковка предназначена для контакта с пищей.



«Петля Мебиуса», символ переработки.

Внутри такого треугольника могут быть цифры — код переработки. Эта информация необходима потребителю для более точного разделения образующихся отходов: ориентируясь на код легко определить, к какому именно материалу относится выбрасываемая им упаковка, а значит правильно ее утилизировать.

Подробнее о том, что означают цифры на пластиковой упаковке можно узнать на [нашем сайте](#), а о том, как мы маркируем нашу упаковку, — в разделе [«Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни»](#), стр. 61.

Содействовали принятию новых требований к упаковке и утилизации отходов в России

Coca-Cola в России внимательно отслеживает общественные тенденции и изменения в нормативных требованиях к утилизации и переработке отходов, участвует в обсуждении передовой практики с другими производителями и импортерами потребительских товаров и государственными регуляторами и является одним из лидеров мнений в вопросе ответственного подхода к утилизации отходов.

Пандемия COVID-19 оказала влияние и на взгляды на упаковку, и на ее утилизацию. В условиях изоляции потребители, во-первых, ощутили, насколько быстро образуются отходы упаковки, во-вторых, стали больше внимания уделять ее экологичности и гигиеничности.

Одним из центральных событий 2020 года в контексте экологической повестки РФ, в частности, отдельного сбора отходов, стала разработка Концепции расширенной ответственности производителя (РОП), которая была утверждена в самом конце 2020 года. Coca-Cola в России участвовала в мероприятиях, консультациях, обсуждениях Концепции РОП с другими производителями потребительских товаров и государственными регуляторами на всех площадках. Важным результатом стало решение о сохранении возможности

организовывать самостоятельную утилизацию отходов упаковки с сохранением ответственности за утилизацию отходов упаковки, выпущенной на рынок вместе с товарами, на производителях и импортерах таких товаров. Благодаря этому документу Coca-Cola в России сможет реализовать сбор и переработку отходов самостоятельно, заключив договор с компанией-переработчиком или через утилизацию на своих мощностях. С момента практической реализации концепции РОП, то есть с 2022 года, предстоит добиться полного баланса между выпускаемой в оборот упаковкой и ее утилизацией. Однако Coca-Cola в России настороженно относится к предложению о 100% выполнении норматива по утилизации с 2022 года и нечеткой позиции Концепции РОП относительно ассоциаций.

Coca-Cola в России сформулировала собственные принципы управления производственными отходами с учетом нормативных документов и передовой практики, а для воплощения этих принципов в жизнь разработала и утвердила в 2020 году дорожную карту по разделному сбору отходов на своих производствах.

На фоне пандемии COVID-19 в дорожную карту от Coca-Cola в России вошли новые вопросы, связанные с утилизацией отходов. В 2020 году общее количество медицинских отходов в России, включая СИЗ, возросло в разы — только в Москве почти вдвое. Появился даже отдельный термин «ковидный мусор». В мире, по данным Environmental Science & Technology Journal (Журнал о науках об окружающей

среде и технологиях), каждый месяц пандемии выбрасывались 129 млрд масок и 65 млрд перчаток. Очень часто они изготавливаются из материалов, не подлежащих переработке и крайне медленно разлагающихся в естественных условиях. На предприятиях Coca-Cola в России введены строгие правила использования и утилизации СИЗ в соответствии с российскими нормами и передовой практикой.

Взгляд изнутри

« Ответственное отношение к переработке производственных и потребительских отходов производства и потребления — не сиюминутная инициатива Coca-Cola в России. Стратегия ответственного отношения к отходам реализуется уже более пяти лет. У нас есть свои инициативы и проекты, которые мы проводим из года в год».



Любовь Меланевская,
менеджер по правовому
регулированию
Coca-Cola HBC Россия

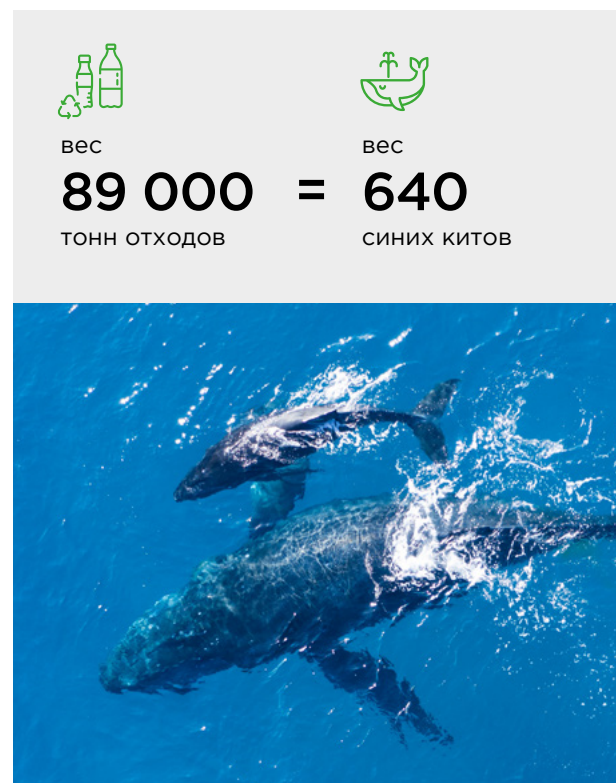
Подробнее о снижении воздействия производства Coca-Cola в России на окружающую среду мы рассказывали в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola России за 2019 год, стр. 76-100.

Привлекли к участию в проекте «Разделяй с нами» 55 городов

GRI 306-1 Раздельный сбор отходов — один из способов снизить экологическую нагрузку на окружающую среду. Площадь свалок в России на данный момент достигает 4 млн га, при этом переработать можно до 50% отходов, а на практике переработке подвергается, по некоторым оценкам, всего 4-7%. В 2019 году начались серьезные изменения в системе обращения с твердыми коммунальными отходами в России, так называемая «мусорная реформа». Планируется, что со временем будет перерабатываться до 40% всех отходов. Ожидаемые результаты этой реформы были прописаны в нацпроекте «Экология», который был создан после президентских «майских» указов 2018 года. Таким образом, вторичная переработка отходов, в том числе пластиковых, постепенно становится приоритетным направлением в России. Ее поддерживают экологические фонды, молодежные движения и, конечно же, бизнес.

GRI 306-2 В 2020 году мы выполнили все обязательства в соответствии с требованиями законодательства в части обеспечения утилизации отходов упаковки, выпущенной на рынок. В связи с тем, что в предыдущие годы мы обеспечили утилизацию значительно больших объемов отходов упаковки, чем предписано нормативными требованиями, мы учли перевыполненные объемы в 2020 году и дополнительно обеспечили утилизацию 3% отходов упаковки, выпущенной на рынок в прошлом году.

В рамках проекта «Разделяй с нами» с 2016 года собрано и отправлено на переработку 89 тыс. тонн отходов упаковки. Это вес почти **640 синих китов** — самых больших животных на Земле в наши дни.



Цель проекта «Разделяй с нами» — продвижение культуры и практики раздельного сбора отходов среди разных групп населения (школьников, студентов, городских жителей в целом) на общероссийском уровне через различные форматы работы. Благодаря программе многие россияне уже узнали, почему и как удобнее и правильнее собирать отходы раздельно, и куда передавать собранный материал. Мы стремимся показать людям, что раздельный сбор не требует неподъемных усилий и не причиняет неудобств в быту.

С 2018 года эта российская инициатива стала частью глобальной экологической стратегии Coca-Cola «Мир без отходов». Мы осознаем, что наши масштабные цели требуют трансформации бизнес-процессов, рынка производства упаковки и культуры потребления, и последовательно движемся к ним. Для этого мы вносим изменения во все этапы жизненного цикла упаковки — от разработки и производства до переработки и повторного использования, совершенствуем технологии и подходы.

Проект «Разделяй с нами» состоит из двух частей: инфраструктурной и просветительской. Инфраструктурная подразумевает установку контейнеров для раздельного сбора и передачу собранных таким образом отходов на переработку. Просветительская составляющая направлена на распространение информации о важности раздельного сбора отходов, в том числе посредством мероприятий в школах и вузах.



Мероприятия, проведенные в рамках проекта «Разделяй с нами» в 2020 году

Мероприятия для школьников и школьных учителей:



630 808
школьников



16 234
школьных учителей

Интерактивные экоуроки

([разделяйснами.рф](#)) для учащихся 7–11 классов. Главная цель уроков — знакомство школьников с мировым опытом сбора и переработки отходов в игровой форме, развитие у них экологического мышления. За все время существования экоуроков их посетили уже более 1,4 млн школьников из 14,5 тыс. школ по всей России.

В разных регионах страны мы проводим акции «Школьный экодвор» ([школьныйэкодвор.рф](#)) — фестиваль, прививающий культуру бережного обращения с отходами, на котором любой желающий может сдать вторсырье (пластик, бумагу, металл) и узнать, как перерабатывают эти материалы, и что из них получается. Мы также разработали методическое пособие для школьников с примерами экологических подходов «Как сделать школу зеленой».

Мы развиваем **сеть школьных экоклубов**, которые помогают школам вести круглогодичную работу по ответственному обращению с отходами. На сегодняшний день существует 140 школьных экоклубов, объединяющих более 7 тыс. учеников старших классов. Несколько раз в год экоклубы принимают участие в марафоне «**Единые дни действий**», каждый из которых посвящен той или иной экологической теме: «Птицы в городе», «Береги воду», «Посади свой лес». В «Единых днях действий» приняли участие более 1,2 тыс. учителей и 6 тыс. старшеклассников.

Мероприятия для студентов:



67 459
студентов

Мы регулярно проводим **межвузовские экоквесты** ([рсо.вузэкоквест.рф](#)), в которых уже приняли участие более 70 тыс. студентов из 223 вузов по всей России. В рамках экоквеста нужно, например, согласовать с руководством вуза установку контейнеров для вторсырья или разработать социальную рекламу. Студенческие команды также развивают в своих вузах культуру раздельного сбора отходов. Благодаря их работе учебное заведение получает статус «Зеленого вуза», а победители квестов — возможность попасть на студенческий слет «Ассоциации зеленых вузов» в Москве

и отправиться на стажировку в другие страны, где можно ознакомиться с зарубежными инициативами в области экологии. Благодаря квестам уже **48 вузов** в разных регионах России внедрили раздельный сбор на постоянной основе.

В рамках квеста студенты принимают участие в «**Единых днях действий**», включая акции по сбору вторсырья в переработку «Recycle It» («В переработку!»), праздники «Экодвор», марафоны экологического просвещения «Green light» («Зеленый свет») и другие. Уже проведено более 600 мероприятий, в ходе которых 50 тыс. студентов собрали 62 тонны вторсырья.

Мы также предлагаем студентам участвовать в «**Битве кейсов**» ([зеленыевузы.рф](#)), для которой студенческим командам предлагается разработать решение той или иной задачи, связанной с экологией. Победители получают возможность принять участие в коуч-сессии по планированию карьеры в сфере устойчивого развития от эксперта Coca-Cola в России.

Мы развиваем сеть **студенческих экоклубов** ([зеленыевузы.рф](#)). Такие экоклубы помогают выстраивать системную работу по развитию раздельного сбора и ответственного обращения с отходами. На сегодняшний день создано более 80 студенческих экоклубов, в которых состоят более 12 тыс. студентов.

Продолжение на следующей странице ...

Мы создали VR-приложение экологической направленности **«Зеленая магия»**. Это игра для студентов и школьников по вопросам отходов, озеленения, охраны водных ресурсов и энергосбережения.

Мы также провели ряд просветительских и геймифицированных **онлайн-марафонов**, прямых эфиров и кейсов, посвященных защите окружающей среды.

Мероприятия для жителей городов:

 **79 176**
человек

Любой желающий может стать участником проекта **«Экодвор»** (мойэкодвор.рф). Это серия городских культурно-просветительских мероприятий, которые показывают важность раздельного сбора, и рассказывают о том, что отходы могут быть ценным сырьем для производства новых вещей. В рамках праздника всегда организуется мобильный пункт приема вторсырья, также проходят мастер-классы, викторины и другие мероприятия, направленные на вовлечение людей в практику раздельного сбора.

С 2017 года мы провели более 700 праздников «Экодвор» для 99 тыс. человек в 90 населенных пунктах по всей России. Благодаря проекту нам не только удалось наладить инфраструктуру для сортировки и механизм сбора мусора, но также собрать и сдать на переработку 90 тонн вторсырья.

Мы запустили бесплатный онлайн-курс **«Циклическая экономика. Просто о важном»** по основам экономики замкнутого цикла и ее влиянию на благосостояние людей и окружающую среду. Этот курс предназначен, в первую очередь, для гражданских лидеров, социальных предпринимателей и тех, кто хочет действовать сам и объединять других для системного решения проблемы отходов.



Партнеры:

GRI 102-13 Многие из наших достижений в рамках программы «Разделяй с нами» были бы невозможны без наших партнеров и ассоциаций, в которые входит Coca-Cola в России.



Фонд «ЭРА»

Создан для поддержки молодежных инициатив в сфере устойчивого развития и обращения с отходами, является партнером просветительской части программы «Разделяй с нами».

ЭКО ТЕХНОЛОГИИ

ГК «ЭкоТехнологии»

Партнер инфраструктурной части «Разделяй с нами». При поддержке ГК «ЭкоТехнологии» нам удалось организовать сбор отходов и их последующую переработку в российских городах, на крупных мероприятиях и в московских офисах.

Ассоциации:



Ассоциация «Промышленность за экологию (РусПЭК)»

Более 15 лет назад Coca-Cola в России стала основателем некоммерческой ассоциации «Промышленность за экологию». Главная цель ассоциации — продвижение в России современных принципов обращения с упаковкой и управления отходами. Это помогает нам сократить поступление отходов на полигоны и увеличить объемы переработки. В настоящий момент в РусПЭК входят 18 крупных международных производителей потребительских товаров.



Ассоциация «РусПРО»

«РусПРО» (Ассоциация производителей и импортеров, самостоятельно выполняющих нормативы по утилизации отходов от использования потребительских товаров и упаковки), одним из учредителей которой является Coca-Cola в России, объединяет крупные международные компании, которые производят продовольственные товары. Члены ассоциации обязуются стимулировать экономику замкнутого цикла и вести просветительскую деятельность в сфере обращения с отходами.

Трансформировали экопроекты в регионах присутствия в онлайн-формат

GRI 306-2, GRI 306-5, GRI 304-1 Основные цели экологических проектов Coca-Cola в России — это экопросвещение, очистка территорий, выход волонтеров на природоохранные акции. В 2020 году мы были вынуждены искать нетривиальные подходы, внедряя новые форматы традиционных экологических инициатив «Живая Волга», «Зеленые команды Coca-Cola», «День Черного моря», «За чистое будущее озера Байкал», и, конечно же, основным трендом стал переход в онлайн-формат. При этом количество участников возросло, и все намеченные в начале года задачи были реализованы.

Взгляд изнутри

« 2020 год — год вызовов, трансформаций и катализатор диджитализации. Мы с уверенностью и гордостью заявляем, что выполнили все поставленные в начале года задачи. Некоторые мероприятия были проведены бесконтактно, некоторые видоизменились и были перенесены в онлайн-формат, а некоторые проекты все же были перенесены на 2021 год».

Александр Горбачев,
менеджер по устойчивому
развитию Coca-Cola HBC Россия



В 2020 году в наших просветительских инициативах в рамках проекта «Разделяй с нами» приняли участие почти **800 000** человек, что на 30% превысило наши ожидания! Это вместимость 10 стадионов, сопоставимых с московской спортивной площадкой «Лужники»!



Экологический проект «Живая Волга» был трансформирован в онлайн-формат в сжатые сроки. Традиционно этот проект проводится в конце мая — начале июня. Во время пандемии COVID-19 мы предложили его участникам новые варианты взаимодействия:

В прямом эфире и конкурсе «Живая Волга» приняли участие **1 100 человек**. В рамках экологических просветительских проектов было собрано и отправлено на переработку 1,6 тонн сырья. Собранное нами сырье по весу сравнится с весом маленького слоненка!



Экоурок «Живая Волга» (живаяволга.рф) — видео-урок с элементами моделирования решений, который состоит из двух частей: общая информация о проблемах бассейна реки Волги и практическое творческое задания по поиску решений типичных для региона экологических проблем. Видеоурок, в котором приняли участие 37 140 школьников, вела популярная российская певица Юлианна Караулова.



Конкурс «Живая Волга. Разделяй с нами дома» в четырех городах: Нижнем Новгороде, Самаре, Казани и Волгограде. Конкурс проводился в трех номинациях:

- «Подвиг на диване». В этой номинации выявляли наиболее креативного генератора экологических идей в социальных сетях.
- «Я — эковолонтер» предполагала успешный сбор вторсырья и отдельный сбор мусора.
- «Бесконтактный сбор вторсырья» — участник выступал в качестве координатора, собирал отходы у соседей по дому или даже двору и направлял их на переработку.



Прямой эфир в сети «ВКонтакте», где мы обсуждали вопросы охраны Волги и водных ресурсов в целом.



вес
1,6
тонн сырья



вес
= 1
маленького слона





Летом 2020 года из-за пандемии COVID-19 жители России из-за невозможности путешествовать в другие страны больше отдыхали на Родине, в том числе на побережье Черного моря. Отдыхающие привезли с собой много красивых фотографий, оставив морю горы некрасивого мусора.

Для того чтобы привлечь внимание к этой проблеме, Coca-Cola в России внесла свое предложение в рамках инициативы **«День Черного моря»** (деньчерногоморя.рф). Пользователи могли загрузить фотографии из отпуска в мини-приложение «День Черного моря» в социальной сети «ВКонтакте», получить свою фотографию с яркой надписью — экоманифест, а затем поделиться экоманифестом на личной странице для привлечения внимания к проблеме. Среди участников этой инициативы мы разыгрывали экодарки — стильные поясные сумки из переработанных пластиковых пакетов.

Инициативе **«За чистое будущее озера Байкал»** уже более 10 лет. На протяжении целого десятилетия мы проводим экологические акции по очистке берегов Байкала — и со стороны Иркутской области, и со стороны Бурятии, устанавливаем инфостенды, проводим конкурсы и виртуальные экскурсии на четырех языках (байкалурок.рф). Проект поддержал известный популяризатор науки Николай Дроздов, который до 2018 года вел телепередачу «В мире животных».

В 2020 году был пересмотрен подход к реализации проекта. В связи с тем, что границы РФ были закрыты из-за пандемии и часть туристического потока направилась на Байкал, было принято решение сделать акцент на просветительской составляющей проекта.

В 2020 году проект состоял из следующих мероприятий:

- установка информационных стендов с QR кодами;
- проведение природоохранных акций;
- проведение конкурса в социальных сетях «Заberi мусор с собой»;
- создание лендинга и видео, рассказывающих о правилах экологически осознанного поведения;
- проведение пресс-тура для СМИ Бурятии.

По мере ослабления ограничительных мер, связанных с пандемией, у нас появилось больше возможностей вернуться к практической работе, форматы которой тоже были творчески переосмыслены. Так, в 2020 году продолжилась реализация проекта в Казани **«Город без отходов»**. И вот что у нас получилось:

- Мы установили 500 контейнеров для раздельного сбора мусора, в том числе оборудовали двухсекционными контейнерами два парка в Казани: Горкинско-Ометьевский лес и парк имени Урицкого.
- Мы проводили различные экомероприятия для жителей города: Экодворы, Экоуроки, а в августе 2020 года открыли интерактивную выставку «Казань — город без отходов», которую посетили 3 127 человек.
- Мы установили в парках Казани шезлонги, качели и беседки, которые на 98% состоят из переработанного пластика.
- Мы провели конкурс «Сдай пластиковые крышки — получи скейтборды». В конкурсе поучаствовали 142 человека, а призы в нем получили пять человек.
- Мы запустили творческий конкурс по созданию арт-объектов из переработанных отходов. Его главное условие — предлагаемый объект на 90% должен быть выполнен из вторичных материалов или отходов. В апреле 2021 года жюри выбрало лучший проект, автор которого получит 500 тыс. рублей на его реализацию, после чего объект будет установлен в Горкинско-Ометьевском лесу — одном из крупнейших парков Казани.

За 2020 год:



В ходе инициативы «За чистое будущее озера Байкал» мы провели:



14 природоохранных акций, в которых приняли участие 434 человека — вместе мы собрали и отправили на переработку 66 094 кг мусора;



очистку от мусора больше 2 км территории в окрестностях озера;



конкурс «Забери мусор с собой», в котором приняли участие 433 человека;



экоуроки, в которых поучаствовали 64 000 школьников.



В ходе инициативы «День Черного моря» мы провели:



битву кейсов «За чистое Черное море», в которой поучаствовали 35 человек;



экологические акции в формате «Мобильный Экодвор» и акции по сбору вторсырья, в которых поучаствовали 1 785 человек, — вместе мы собрали 10 тонн отходов;



паблик-ток «День Черного Моря» в VK собрал 20 участников;



конкурс в мини-приложении «За чистое Черное море» в VK, в котором поучаствовали 588 человек;



экоуроки, в которых поучаствовало 81 926 школьников.



В ходе инициативы «Живая Волга» мы провели:



конкурс «Живая Волга. Разделяй с нами дома», в котором приняли участие 880 человек, вместе мы собрали и отправили на переработку 1,6 тонны отходов;



провели конференцию «Живая Волга 2020. Как сделать водоемы в России чище», собрав 130 участников;



экоуроки, в которых поучаствовали 37 140 школьников.

Какие задачи и решения 2020 года мы возьмем в будущее

В 2021 году Coca-Cola в России намерена:

- | | | | |
|--|--|--|--|
| | Запустить еще одну «Территорию без отходов» — «Пляж без отходов» на территории Краснодарского края. | | Увеличить долю вторично использованного ПЭТ до 10,35% от всего объема ПЭТ-сырья. |
| | Продолжать расширение аудитории, вовлеченной в экопроекты. | | Тестировать и внедрять механизмы увеличения доли переработанного ПЭТ-сырья в упаковке некоторых продуктов до 20%. |
| | Улучшать интеграцию и взаимодействие с партнерами и клиентами в вопросах сокращения объема отходов и их переработки. | | Продолжать проект Light weighting («Облегченная упаковка») и снижать вес упаковки. В 2021 году проект распространится на завод в Ростове-на-Дону. Предполагаемая экономия ПЭТ-сырья в 2021 году составит 365 тонн. |
| | Развивать партнерские отношения в Казани; в рамках проекта «Город без отходов» в парках Казани мы планируем продолжить установку арт-объектов из переработанного пластика. | | Совместно с отраслевыми ассоциациями привлекать внимание к минимизации регуляторных барьеров для бизнеса и работать над трансформацией положений Концепции РОП в поправки в законодательство РФ. |
| | Перейти на утилизацию наших отходов упаковки через ассоциацию «РусПРО». | | |



ГЛАВА 8

ПРОДОЛЖИЛИ ВНОСИТЬ СВОЙ ВКЛАД В БОРЬБУ С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА





GRI 103 Борьба с изменением климата является одним из стратегических приоритетов Coca-Cola в России.

Мы снижаем выбросы парниковых газов, для чего постоянно инвестируем в повышение энергоэффективности всей цепочки поставок, исследования и разработки в области возобновляемых источников энергии и низко углеродные технологии. Мы убеждены, что справиться с экологическими проблемами — одним из самых серьезных вызовов современного мира — можно только общими усилиями компаний, сообществ и государств.

Чего мы добились в 2020 году

На 12,8%

сократили прямые выбросы (Охват 1) парниковых газов по сравнению с 2019 годом. Изменение по сравнению с 2017 годом составило **28,07%**.

На 7,6%

снизили общее энергопотребление по сравнению с 2019 годом.

62%

от всего парка холодильников в торговых точках, в которых хранится продукция Coca-Cola в России, безопасны для окружающей среды. В 2019 году их доля составляла 57%.

На 31,3%

сократили объем потребления моторного топлива по сравнению с 2019 годом.

На глобальном уровне установили **новые целевые показатели по снижению выбросов до 2030 года,**

которые были рассмотрены и одобрены Инициативой «Science Based Targets»*. В ближайшие десять лет на уровне 28 стран Coca-Cola HBC AG мы планируем сократить абсолютные выбросы в результате нашей деятельности и производства (Scope 1 и 2) на 55% по сравнению с 2017 годом. Прочие косвенные выбросы (Scope 3) будут сокращены на 21%. Это позволит нам внести вклад в выполнение целей Парижского соглашения, по которому предполагается удержать рост глобальной средней температуры «намного ниже» 2 °C и «приложить усилия» для ограничения роста температуры величиной 1,5 °C.

Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья.

* Инициатива Science Based Targets представляет собой партнерство между Carbon Disclosure Project (CDP), Глобальным договором ООН, Институтом мировых природных ресурсов (WRI) и Всемирным фондом дикой природы (WWF). Она определяет целевые показатели по снижению выбросов, проводит независимую оценку целей компаний и способствует продвижению передового опыта в этой области.

Следовали нашей климатической стратегии и взяли новые обязательства до 2030 года

GRI 302-1, GRI 302-4 GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-5 Система Coca-Cola стремится ограничить негативное воздействие на климат и вести деятельность с соблюдением принципов устойчивого развития. Мы убеждены, что промышленность должна играть одну из ключевых ролей в переходе к устойчивой модели производства и потребления для решения проблемы изменения климата.

Систему управления устойчивым развитием, в том числе вопросами, связанными с климатом, мы описали в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год](#) (стр. 52), а также в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 год](#) (стр. 51).



В рамках борьбы с изменением климата мы взяли на себя ряд обязательств на период до 2025 года:

 Сократить долю выбросов CO₂ (Охват 1+2) **на 30%** в сравнении с 2017 годом. На уровне Coca-Cola в России данный показатель уже сократился **на 25.2%** в сравнении с 2017 годом.

 Увеличить долю **энергосберегающих** холодильников для нашей продукции в розничных торговых точках **до 50%**. Поскольку в России эту цель мы уже выполнили, мы поставили новую, более амбициозную — увеличить долю энергосберегающих холодильников для нашей продукции в торговых точках до 70% до 2023 года.

 Перевести заводы на энергию из возобновляемых и экологически чистых источников **на 50%**. В 2020 году доля энергии из возобновляемых и чистых источников на уровне Coca-Cola HBC AG составила 44%. Реалии энергетического рынка в России пока не позволяют нам использовать возобновляемые энергоресурсы помимо биогаза, вырабатываемого на собственных производствах, поэтому уровень потребления «зеленой» энергии, к сожалению, остался прежним.

Мы смотрим намного дальше и не ограничимся только этими целями, и уже с 2021 года начнем движение к следующим целевым показателям, которые установили до 2030 года.

А знали ли вы...



... что алюминий поддается полной переработке и не утрачивает при этом своих уникальных свойств.

Перерабатывать алюминий можно практически бесконечно, около 75% алюминия, выпущенного за все время существования этой отрасли, используется в настоящее время. При этом переработка алюминия требует всего 5% от объема энергии, необходимого для его производства из глинозема (оксида алюминия). Наш проект **«Light weighting» («Облегченная упаковка»)** также направлен на снижение веса алюминиевых банок, которые используются в качестве упаковки для наших напитков. Чтобы произвести банку со сниженным весом, требуется более тонкий прокат металла, а при его производстве выбросы CO₂ меньше.

Более подробно ознакомиться с обязательствами в области устойчивого развития и политикой в отношении изменения климата можно на [официальном сайте Coca-Cola HBC Россия](#), а о прогрессе в их достижении можно узнать в [Интегрированном отчете](#).

Учитывали климатические риски

GRI 102-15 Работая практически во всех странах мира, мы видим и осознаем, что последствия изменения климата значительны, и что они находятся в числе вероятных факторов воздействия на наш бизнес.

Осознавая ответственность нашей компании перед обществом, а также принимая во внимание возможные климатические риски, которые могут существенно повлиять на деятельность компании, в том числе увеличить затраты на ведение бизнеса и нанести долгосрочный ущерб нашей репутации, мы стремимся управлять рисками и смягчать последствия изменения климата.

СРЕДИ ОСНОВНЫХ КЛИМАТИЧЕСКИХ РИСКОВ МЫ ВЫДЕЛЯЕМ:



Нарушение производственного процесса в результате нехватки воды.
Ряд наших заводов расположен в районах, которые сталкиваются или могут столкнуться с проблемами водоснабжения в результате глобального потепления.



Влияние на стоимость и наличие ингредиентов.
На работу наших поставщиков, а именно на доступность, качество и цену основных ингредиентов могут повлиять изменения погоды и количество осадков.



Увеличение затрат по всей нашей цепочке создания стоимости в результате применения норм регулирования выбросов парниковых газов.
Действия по введению цен на выбросы парниковых газов могут привести к увеличению затрат на упаковку, производство и дистрибуцию нашей продукции.



Увеличение стоимости упаковки.
Нормативные акты, направленные на сокращение использования упаковочных материалов, которые способствуют выбросам парниковых газов, могут увеличить наши расходы.

Более подробно ознакомиться с климатическими рисками, а также системой управления ими на глобальном уровне можно в [Интегрированном отчете за 2020](#), стр. 62.

ДЛЯ СМЯГЧЕНИЯ КЛИМАТИЧЕСКИХ РИСКОВ НА УРОВНЕ COCA-COLA HBC AG



Устанавливает целевые показатели по снижению выбросов парниковых газов.



Уделяет особое внимание ответственным источникам поставок.



Реализует программы снижения потребления энергии и осуществляет переход на возобновляемые и экологически чистые источники энергии.



Взаимодействует и сотрудничает с разными группами заинтересованных сторон.



Проводит анализ физических рисков, включая количественное определение и стресс-тестирование в соответствии с рекомендациями TCFD (Task Force on Climate-related Financial disclosures)*.



Разрабатывает планы по борьбе со стихийными бедствиями.

Подробнее о рисках, присущих Coca-Cola в России на разных уровнях и о системе управления ими можно узнать в разделе [«Продолжили совершенствовать управление рисками»](#).

* TCFD — Task Force on Climate-related Financial disclosures — некоммерческая организация, разрабатывающая стандарты раскрытия финансовой информации, связанной с изменением климата.

Сократили выбросы парниковых газов

GRI 103, GRI 302-5 Coca-Cola HBC AG в числе первых международных компаний приняла инициативу «[Забота о климате](#)» Глобального договора ООН и участвовала в разработке научно обоснованных целей по снижению углеродного следа (утверждены [Институтом мировых ресурсов](#) (WRI) в 2016 году).

GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-5 Мы последовательно снижаем углеродный след и негативное воздействие на климат в целом и прилагаем серьезные усилия для распространения идей рационального природопользования.

Еще в 2019 году мы досрочно выполнили добровольно взятые на себя обязательства в области устойчивого развития по сокращению прямых выбросов парниковых газов на 25% (в сравнении с 2014 годом). Сейчас перед Coca-Cola в России стоит куда более амбициозная цель — снизить прямые выбросы парниковых газов на всех производствах к 2025 году на 30% по сравнению с 2017 годом.

Углеродный след Coca-Cola в России включает в себя три категории выбросов:

1. Прямые выбросы (Охват 1): выбросы от источников, принадлежащих компании или контролируемых ею. Образуются

при сжигании углеродосодержащего топлива непосредственно на производственных площадках, в результате потребления топлива корпоративным автотранспортом, а также утечки хладагентов и CO₂ при производстве.

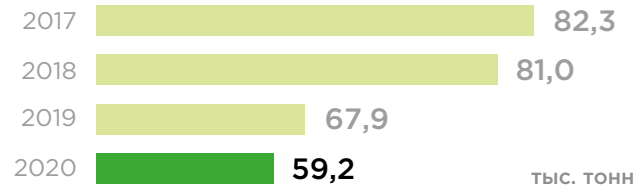
2. Косвенные энергетические выбросы (Охват 2): выбросы парниковых газов, связанные с деятельностью поставщиков электрической и тепловой энергии, которая закупается и используется для производства, складских площадок и офисов.

3. Прочие косвенные выбросы (Охват 3): выбросы парниковых газов, которые образуются по всей цепочке поставок: при производстве сырья и упаковки, при перелетах, от автотранспорта партнеров, потреблении энергии нашими холодильниками, установленными в торговых точках.

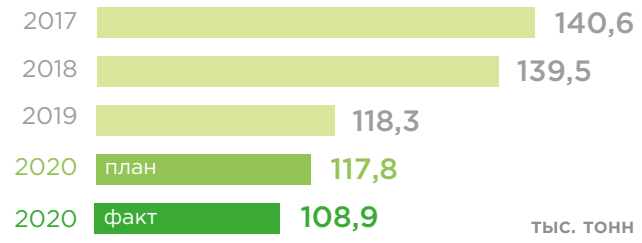
GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4, GRI 305-5 В 2020 году в результате комплексных инициатив и проектов, направленных на уменьшение воздействия производств на окружающую среду, а также благодаря повышению энергоэффективности Coca-Cola в России планомерно сократила объем прямых парниковых газов почти на **12,8%** по сравнению с 2019 годом, а общий объем прямых и косвенных выбросов снизился на 8,6% и составил **108,87 тыс. тонн CO₂-экв.** против 118,34 тыс. тонн CO₂-экв. годом ранее. Объем прочих косвенных выбросов (Охват 3) в отчетном периоде уменьшился на 4% по сравнению с годом ранее и составил 855,3 тыс. тонн CO₂-экв.

за счет увеличения числа энергоэффективных холодильников, а также реализации проекта «Light weighting» по снижению веса упаковки.

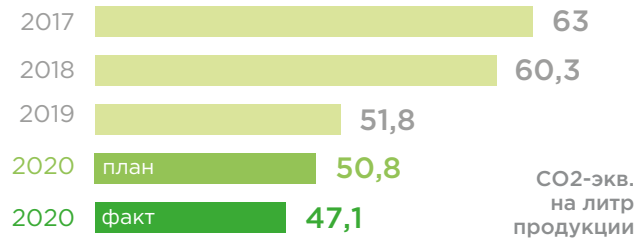
Прямые выбросы CO₂ (Охват 1)



Прямые и косвенные выбросы CO₂ (Охват 1+2)



Объем удельных выбросов CO₂ (Охват 1+2)



Подробные данные по выбросам парниковых газов приведены в разделе «[Дополнительные данные по охране окружающей среды](#)», стр. 182.

Снизили энергопотребление

GRI 302-1, GRI 302-4 Сокращение объема энергопотребления на предприятиях Coca-Cola в России — значимая стратегическая задача в рамках программы снижения углеродного следа. В 2020 году мы продолжили сокращать потребление энергии, повышать энергоэффективность, а также использовать альтернативные источники энергии.

В 2020 году мы модернизировали систему освещения на нескольких заводах Coca-Cola в России. Был проведен анализ помещений на предмет рационального использования осветительных приборов, внедрена система автоматического управления освещением, а также произведена замена старых светильников на энергосберегающие.

« Наша цель — в течение 2021 года заменить все старые осветительные приборы и лампы на энергосберегающие на всех заводах Coca-Cola в России».



Евгений Окунев,
региональный менеджер
по производству
Coca-Cola HBC Россия



В 2020 году мы продолжили работать с возобновляемыми источниками энергии. Coca-Cola в России уже пятый год использует биогаз, выделяемый в процессе анаэробной очистки промышленных сточных вод. Установки по выработке биогаза установлены в Истре и Новосибирске. Обе установки используются для подогрева воды, однако в 2020 году по техническим причинам использовалась только установка в Истре. Общее количество полученного биогаза за 2020 год составило 4 445 м³, оценочная экономия от которого — 2 922 м³ природного газа.

В 2020 году мы достигли минимального за все годы значения показателя удельного энергопотребления — 0,46 МДж на 1 литр продукции, тем самым перевыполнив цель в 0,49 МДж на 1 литр продукции, заявленную в Отчете об устойчивом развитии 2019 года. С 2017 года нам удалось снизить этот показатель на 14,8%.



Начали реализовывать проект по внедрению комбинированной генерации энергии (combined heat and power, CHP).

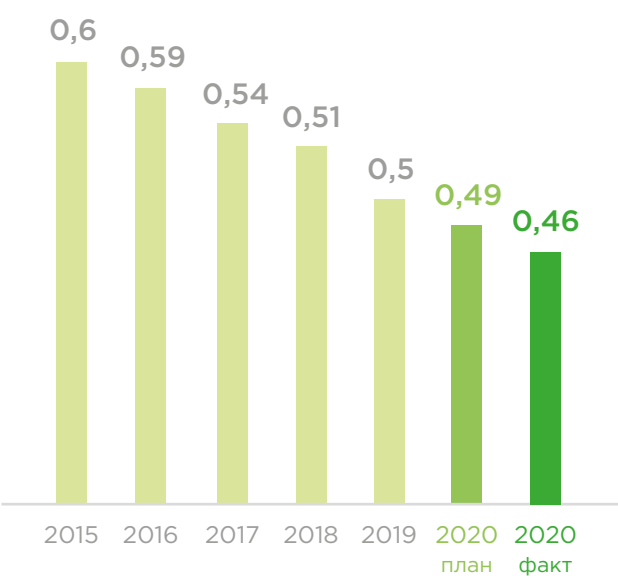
В 2020 году на заводе в Ростове-на-Дону мы начали реализацию первого этапа проекта по производству электричества из природного газа, вырабатываемого на собственных производствах, что позволит снизить потребление электроэнергии из общей энергосети и увеличить долю чистой энергии в нашем энергобалансе.

« Ожидание от проекта – снижение потребления энергии из общей сети на 40% по сравнению с предыдущими периодами».



Олег Валентин,
региональный менеджер
по производству
Coca-Cola HBC Россия

Снижение удельного энергопотребления на предприятиях Coca-Cola в России на 1 литр продукции, МДж/л



Подробные данные по энергопотреблению и энергоэффективности приведены в разделе «Дополнительные данные по охране окружающей среды», стр. 182.

За последние несколько лет (2014–2020 годы) мы более чем **на 57%** снизили потенциальное воздействие на климат за счет озонобезопасного и энергоэффективного холодильного оборудования. При этом в 2020 году мы довели количество безопасных для окружающей среды холодильников в торговых точках, в которых хранится продукция Coca-Cola в России, **до 62% от всего парка**.

А знали ли вы...

...что в 2020 году наш стратегический партнер и производитель холодильного оборудования **FRIGOGLASS SAIC** повысил свою позицию в рейтинге EcoVadis, который демонстрирует качество управления устойчивым развитием. Компания получила оценку 83/100 и вошла в ТОП-1% всех компаний отрасли, повысив свой уровень с «Золотого» до «Платинового». Стоит также отметить, что средний рейтинг по отрасли «Производители машин и оборудования» составляет 42,7/100.

Уменьшили расход топлива за счет обновления автопарка

GRI 302-4, GRI 305-5 Вопрос экономии автомобильного топлива особенно важен для Coca-Cola в России, поскольку автоперевозки играют существенную роль в нашей цепочке поставок. Для снижения негативного влияния на атмосферу и окружающую среду в целом мы каждый год постепенно уменьшаем объем потребления моторного топлива. В 2020 году мы сократили его сразу **на 31,3%** по сравнению с 2019 годом.

GRI 305-5 Благодаря ежегодному обновлению автопарка и переходу на более экологичные модели мы регулярно сокращаем выбросы CO₂. За 2020 год мы вывели из эксплуатации 485 легковых и грузовых автомобилей, а также произвели частичную замену автопарка на новые модели, соответствующие экологическому стандарту Евро-5.





Проект «Green fleet»

Проект «Green fleet» («Зелёный транспорт») предполагает переход на более экологичные модели транспорта. Эта инициатива направлена на сокращение прямых и косвенных выбросов (Охват 1 и Охват 2) **на 55%** к 2030 году. В рамках проекта в 2020 году мы начали подготовку и постепенную реализацию к переходу с газовых типов погрузочной техники на электрические. Также мы стали изучать возможности по внедрению альтернативных видов топлива в легковом автопарке.

За прошедший год мы пересмотрели процесс управления легковым транспортом и стали развивать модель совместного использования автомобилей — **внутренний каршеринг**.

Мы внесли изменения в список должностей, для которых предусмотрена данная услуга, а также разработали процесс, позволяющий сотрудникам бронировать автомобили и выполнять должностные обязанности на корпоративных автомобилях. На каждую производственную площадку было выделено от 1 до 3 автомобилей. Всего в проекте, на который было выделено 30 автомобилей, участвует 122 сотрудника.

На конец 2020 года автопарк Coca-Cola в России насчитывал **2 741** единиц транспорта.

GRI 302-5. Мы начали реализовывать еще одно мероприятие по снижению выбросов парниковых газов в атмосферу — программу обучения эффективному использованию транспорта «Экологическое вождение». В 2021 году мы планируем повысить знания сотрудников в данной области, чтобы они могли соблюдать принципы управления транспортным средством, позволяющие сокращать негативное влияние на окружающую среду.



На 485

автомобилей сократился автопарк Coca-Cola в России в 2020 году.

3,5-4 года

средний возраст транспорта в автопарке Coca-Cola в России.

55 грузовых и 430 легковых

автомобилей вывели из эксплуатации в 2020 году.

Какие задачи и решения 2020 года мы возьмем в будущее



Продолжим использовать биогазовые установки для обогрева очистных сооружений на заводе в Истре и возобновим использование биогаза на заводе в Новосибирске, чтобы еще больше экономить электроэнергию. Продолжим инициативы по увеличению доли использования альтернативной энергии.



Запустим тестирование автомобилей **экологических моделей**. Широкомасштабная оценка возможности использования альтернативного вида топлива на легковом транспорте начата уже в 2020 году.



Начнем эксплуатацию **электрических типов погрузочной техники** на производственных площадках Coca-Cola в России. Подготовка к развертыванию проекта проведена в 2020 году.



Продолжим развивать внутренний каршеринг, увеличим количество пользователей данного сервиса среди наших сотрудников и расширим наш автопарк.



Начнем использование упаковочных материалов из 20% из вторичного ПЭТ-сырья на заводах Москвы, Истры, Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону, Самары. Использование переработанного ПЭТ позволит уменьшить количество отходов, направляемых на полигоны и сократить выбросы CO₂.



Проведем масштабный страновой проект по замене старых осветительных приборов и ламп на энергосберегающие на всех заводах Coca-Cola в России.



Продолжим реализовывать проект когенерации по выработке собственной электроэнергии из природного газа, а также разработаем и подготовим к запуску третий этап проекта «СНР»* — «Steam Recovery Boiler»**, который позволит сократить выбросы CO₂ на 1 415 тонн.

Мы продолжим делать дальше



Содействовать в достижении глобальной цели по сокращению к 2030 году прямых и косвенных выбросов (Охват 1 и Охват 2) **на 55%**, а также по снижению прочих косвенных выбросов (Охват 3) **на 21%**.



Снижать выбросы парниковых газов, сокращать энергопотребление и расход топлива.



Развивать проект **«Light weighting» («Облегченная упаковка»)** для снижения веса упаковки нашей продукции.

* CHP (combined heat and power) — комбинированная генерация тепла и энергии

** Steam Recovery Boiler — паровой котел-утилизатор

ГЛАВА 9

СНИЗИЛИ ВОДОПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОДОЛЖИЛИ ЗАБОТИТЬСЯ О ВОДНЫХ РЕСУРСАХ В РЕГИОНАХ ПОВЫШЕННОГО РИСКА

Глобальное обязательство по возврату в природу использованной в производстве напитков воды

Coca-Cola в России выполнила в полном объеме в 2016 году, и сейчас мы ставим все новые задачи по сохранению водных ресурсов. В 2020 году **мы сэкономили более 243,5 млн литров воды** — на 19,4% больше, чем годом ранее. Этой воды хватит, чтобы наполнить больше 100 олимпийских бассейнов.

Стратегия бережного отношения к воде интегрирована во всю цепочку создания ценности Coca-Cola — от производственных процессов до оценки поставщиков и экологических просветительских программ по защите береговых линий от мусора.

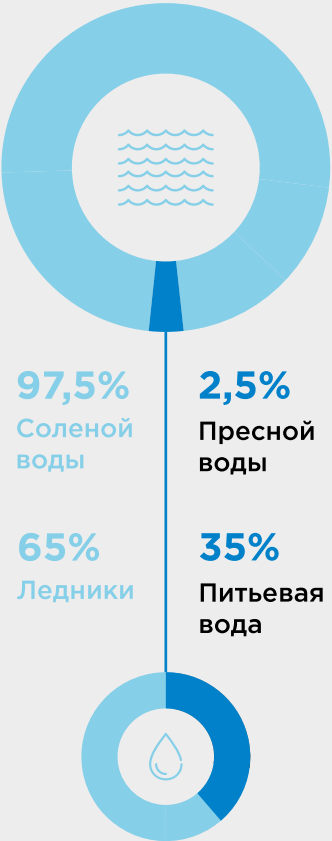


Одно из обязательств в области устойчивого развития

Coca-Cola HBC Россия — сохранять водные ресурсы в зонах повышенного риска. К ним относятся регионы, которые уже испытывают или могут испытать в будущем нехватку чистой питьевой воды, например, из-за природных условий, катаклизмов, загрязнения водоемов и грунтовых вод. **Наша цель** — сократить водопотребление на расположенных в таких районах производствах на 20% к 2025 году, а также оказать содействие в повышении доступности воды жителям всех регионов, находящихся в зонах риска, где работает The Coca-Cola Company. В России три завода находятся в таких регионах.

Чистая вода в свободном доступе — необходимое условие здоровья людей и нормального функционирования экосистем, а также один из наиважнейших ресурсов, который требуется для наших производств. Водные ресурсы — это вся вода, которая используется человеком в своей деятельности. По данным Организации Объединенных Наций, более 70% земного шара покрыто водой, однако пресной питьевой воды всего 2,5%.

Доля питьевой пресной воды в мире — примерно 2,5% от всех запасов воды



По данным www.un.org

За последние годы потребление воды в мире увеличилось, и существуют опасения в возникновении дефицита чистой питьевой воды. Россия входит в число государств, наиболее обеспеченных водными ресурсами, занимая второе место в мире по величине этого показателя и уступая только Бразилии*. Осознавая важность проблемы дефицита питьевой воды, мы интегрируем бережное обращение к воде во всю цепочку создания ценности нашего бизнеса. Мы ставим задачи по сохранению водных ресурсов, уделяя особое внимание повышению доступности воды жителям всех находящихся в зоне риска регионов, где работают компании системы Coca-Cola.

GRI 103 В 2020 году мы сохранили стратегический подход к водопользованию, несмотря на многочисленные коррективы, которые были внесены в производственный план и систему менеджмента на фоне пандемии и принятых во всем мире мер и ограничений. В 2020 году внешние аудиты проходили в первом квартале, затем из-за карантинных мер внешний аудит был недоступен, так как его невозможно проводить дистанционно. На это время мы переключились на внутренний аудит и смогли выстроить эффективную работу с командами заводов. В том числе было налажено дистанционное управление процессами экологического менеджмента. Во внутренних коммуникациях участвовали директора, профильные менеджеры, экологи, супервайзеры и операторы.

* Государственный доклад «О состоянии и использовании водных ресурсов Российской Федерации в 2018 году»

Взгляд изнутри

« Каждую неделю Coca-Cola в России проводит внутренний анализ и цифровой поиск точечных решений, который позволяет нам быстро и эффективно реагировать на возникающие проблемы. Во Владивостоке нам удалось своевременно выявить и детально разобраться с неэффективным использованием воды в процессе обратной промывки песочных фильтров из-за технической неисправности датчиков».



Наталья Полозова,
менеджер по обеспечению
качества, системы
качества и экологии
Coca-Cola HBC Россия

Подробнее о системе экологического менеджмента вы можете узнать в главе «Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии».

The Coca-Cola Company, являясь одним из крупнейших** производителей безалкогольных напитков, соковой продукции и бутилированной воды в мире, стремится минимизировать свое воздействие на водные ресурсы и продвигать деятельность по сохранению водных

ресурсов в регионах присутствия. Вода — важнейший ингредиент продукции Coca-Cola, но одновременно и самостоятельный продукт, выпускаемый, в частности, под брендом BonAqua, предъявляет строгие требования к качеству и безопасности воды, которые одинаковы для всех стран присутствия, включая Россию. Корпоративные требования обеспечивают соблюдение местного законодательства во всех странах и регионах присутствия.

С целью реализации подхода устойчивого и ответственного управления водными ресурсами не только внутри предприятий, но и в масштабе территорий, в границах которых размещаются наши производства, Coca-Cola в России приняла решение о внедрении расширенного подхода в области водного менеджмента в соответствии с международным стандартом Альянса по рациональному использованию водных ресурсов (AWS). В 2020 году на всех 10 заводах Coca-Cola в России независимым органом по аудиту и сертификации (CUC) был проведен сертификационный аудит в соответствии со стандартом AWS. Все заводы Coca-Cola в России получили базовый уровень сертификации — «CORE». Полученный сертификат будет действовать три года, при этом каждый год заводы будут подтверждать сертификат и стремиться к повышению его уровня.

** The Coca-Cola Company входит в список Fortune 500 по итогам 2020 года и занимает 88-е место.

Чего мы добились в 2020 году

Coca-Cola в России сэкономила воды



100+

олимпийских бассейнов



1 500 000

стандартных ванн (длина борта 1,5 м)



974 млн

стеклянных бутылок Coca-Cola (0,25 л)

Взгляд изнутри

« 2020 год ознаменовался «operational excellence» — операционным совершенствованием всех наших производственных процессов. Мы сфокусировались на локальных, каждодневных улучшениях, и далее распространили нашу лучшую практику на все наши заводы. В частности, в апреле-мае 2020 года мы провели внутренний аудит всех наших заводов. На основании полученной информации мы разработали дополнительный план действий по защите водных источников».



Евгений Окунев,
региональный менеджер
по производству
Coca-Cola HBC Россия

Основные достижения Coca-Cola в России в области ответственного водопользования в 2020 году

	2018 год	2019 год	2020 год
Что удалось (новые проекты)	Реализовали более 30 проектов по внедрению инноваций и модернизации оборудования с целью сократить потребление воды и энергии на заводах Coca-Cola в России	Реализовали 35 проектов по водосбережению: 6 капитальных и 29 операционных. Эти проекты позволяют экономить до 113 млн литров воды в год	Внедрили 6 капитальных и 10 операционных проектов, оказавших прямое и косвенное влияние на снижение водопотребления
Как снизилось водопотребление	На 3,1% снизили удельное водопотребление по сравнению с 2017 годом (до 1,85 л / 1 л продукции)	На 4,2% снизили удельное водопотребление по сравнению с 2017 годом (до 1,83 л / 1 л продукции)	На 5,7% снизили удельное водопотребление по сравнению с 2017 годом (до 1,81 л / 1 л продукции)
Объем повторно использованной воды	388 млн л	377 млн л	359 млн л
Сколько воды сэкономили по сравнению с 2017 годом	44,85 млн литров воды	203,88 млн литров воды	243,57 млн литров воды

Сократили потребление воды

GRI 303-1, GRI 303-5 С каждым годом мы последовательно сокращаем потребление воды на производстве, что требует инвестиций, постоянного мониторинга и внедрения инноваций. Особое внимание мы уделяем заводам в Московском регионе — зоне повышенного риска с точки зрения доступности чистой питьевой воды.

Благодаря водосберегающим инициативам и проектам в 2020 году мы продолжаем поддерживать тенденцию по уменьшению водопотребления на предприятиях Coca-Cola в России относительно 2015 года, взятого нами за исходный уровень — «отправную точку снижения». Общее водопотребление на предприятиях Coca-Cola в России в 2020 году составило 4 193 млн литров, что на 22,1% меньше того количества воды, которое было использовано в 2015 году, и, несмотря на заметное увеличение объема производства, лишь немногим выше аналогичного показателя 2019 года (4 179 млн литров).

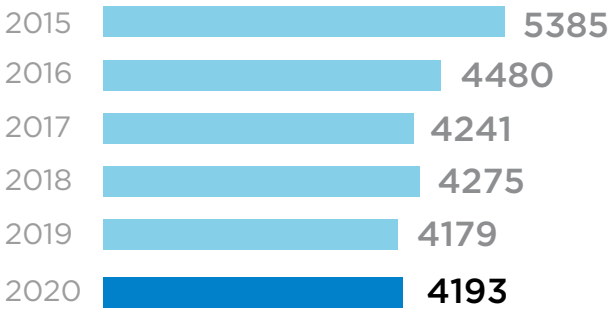
Всего в 2020 году Coca-Cola в России использовала в производстве 2 311 тонн воды. Максимальное количество воды потратил завод в Москве — почти 600 тонн, минимальное, в 12 раз меньше, — во Владивостоке.

Каждый завод Coca-Cola в России получает воду питьевого качества из муниципальных сетей водоснабжения либо из собственных скважин. Такими скважинами располагают производственные площадки в Истре, Щелково и Самаре. Мы следим за соблюдением всех национальных нормативов качества воды, установленных на территориях присутствия заводов, следуем регламентированным внутренним документам, которые описывают процесс очистки поступающей на заводы воды.

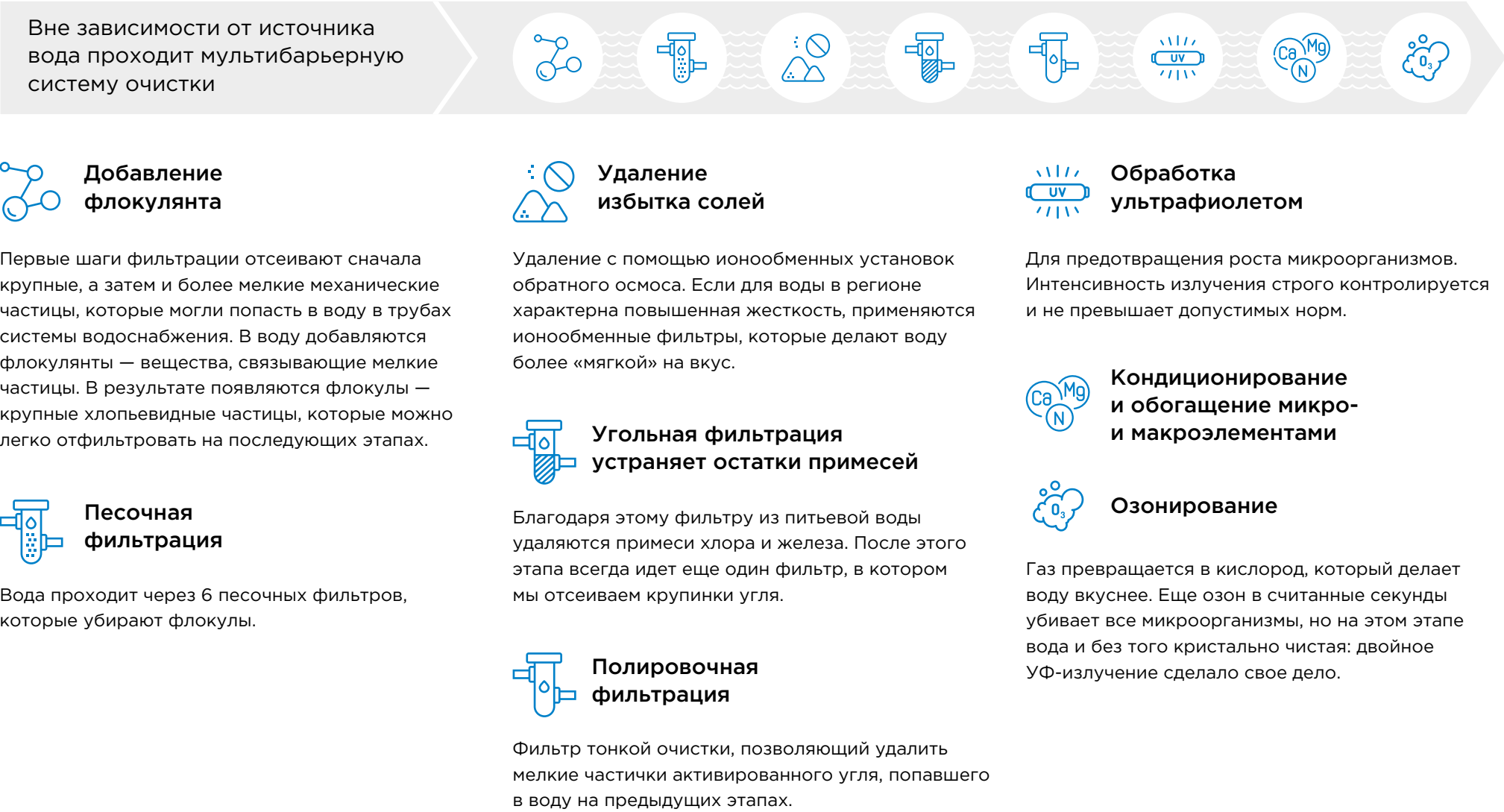
Объем произведенной продукции на предприятиях Coca-Cola в России в 2020 году, тыс. тонн



Водопотребление на предприятиях Coca-Cola в России с 2015 по 2020 год



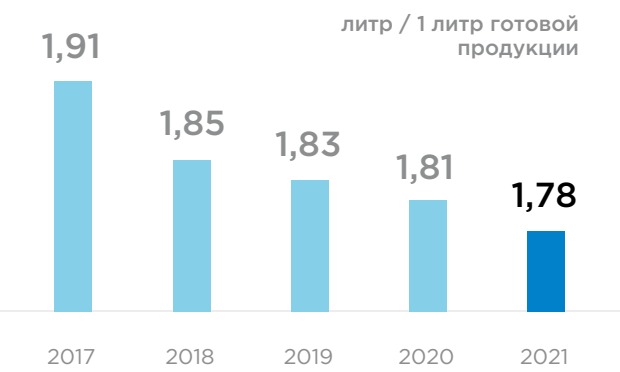
Очистка воды на заводах Coca-Cola в России



В апреле и мае 2020 года мы провели дистанционный внутренний аудит всех заводов Coca-Cola в России, и на его основании разработали план защиты каждого водного источника, позволяющий нам в том числе снижать удельное водопотребление.

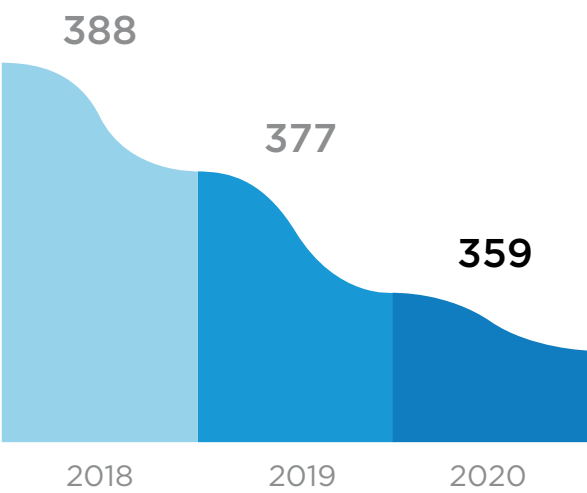
Удельное водопотребление на литр готовой продукции — один из основных показателей для оценки эффективности политики в области рационального водопользования. Этот показатель учитывает как воду, непосредственно используемую для производства напитков, так и воду для обслуживания оборудования и всех вспомогательных процессов на заводах. Мы снижаем удельное водопотребление с применением циклов повторного использования воды и планируем в 2021 году достигнуть величины в 1,78 литра на каждый литр готовой продукции. В 2020 году нам удалось уменьшить расход воды на каждый литр готовой продукции на предприятиях Coca-Cola в России на 1,1%, таким образом величина удельного водопотребления на 1 литр готовой продукции в 2020 году на предприятиях Coca-Cola в России составила 1,81 литра.

Удельное водопотребление на предприятиях Coca-Cola в России



процесса, чтобы возвращать ее обратно в производственный цикл для технологических нужд. В 2020 году общее количество повторно используемой в производстве воды составило 359 млн литров, что равно 8,6% от всего объема водопотребления. Относительно 2019 года это величина также остается в тренде уменьшения водопотребления несмотря на увеличение объемов произведенной продукции.

Объем общей переработки и повторно использованной воды Coca-Cola HBC Россия, млн литров



Повторно использовали 8,6% воды

GRI 303-3, GRI 303-4 Стратегия устойчивого развития Coca-Cola в России направлена на снижение негативного воздействия на окружающую среду и включает бережное отношение к водным ресурсам. Coca-Cola в России прилагает все усилия для сведения объема сточных вод на производстве к минимуму.

Одно из основных направлений нашей стратегии водосбережения — повторное использование воды. На заводах Coca-Cola в России применяются системы замкнутого водоснабжения и фильтры, позволяющие очищать воду, используемую на разных этапах технологического

Общий объем сточных вод Coca-Cola в России в 2020 году, млн литров



Мы отправили в собственные очистные сооружения 1 201 млн литров воды, почти в два раза больше воды, которую мы отводим с соблюдением российского законодательства в коммунальную канализацию городов присутствия Coca-Cola в России. Повторно в производственном цикле для технологических нужд мы используем воду в системе охлаждения и возвратную воду из последних этапов очистки водных фильтров.



Взгляд изнутри

« Для подготовки воды к использованию в производстве напитков применяется многоступенчатая система фильтров, которые требуют периодической промывки. Оставшуюся в результате этого процесса воду можно собирать и после тщательной очистки повторно использовать для технологических нужд. Этот подход уже применяется на ряде наших производств, а в 2021 году мы планируем сфокусироваться на создании общей технологии сбора и возврата воды из систем водоподготовки. По предварительным расчетам, это позволит нам снизить расход свежей воды на водоподготовке на 5%».



Наталья Полозова,
менеджер по обеспечению качества, системы качества и экологии Coca-Cola HBC Россия

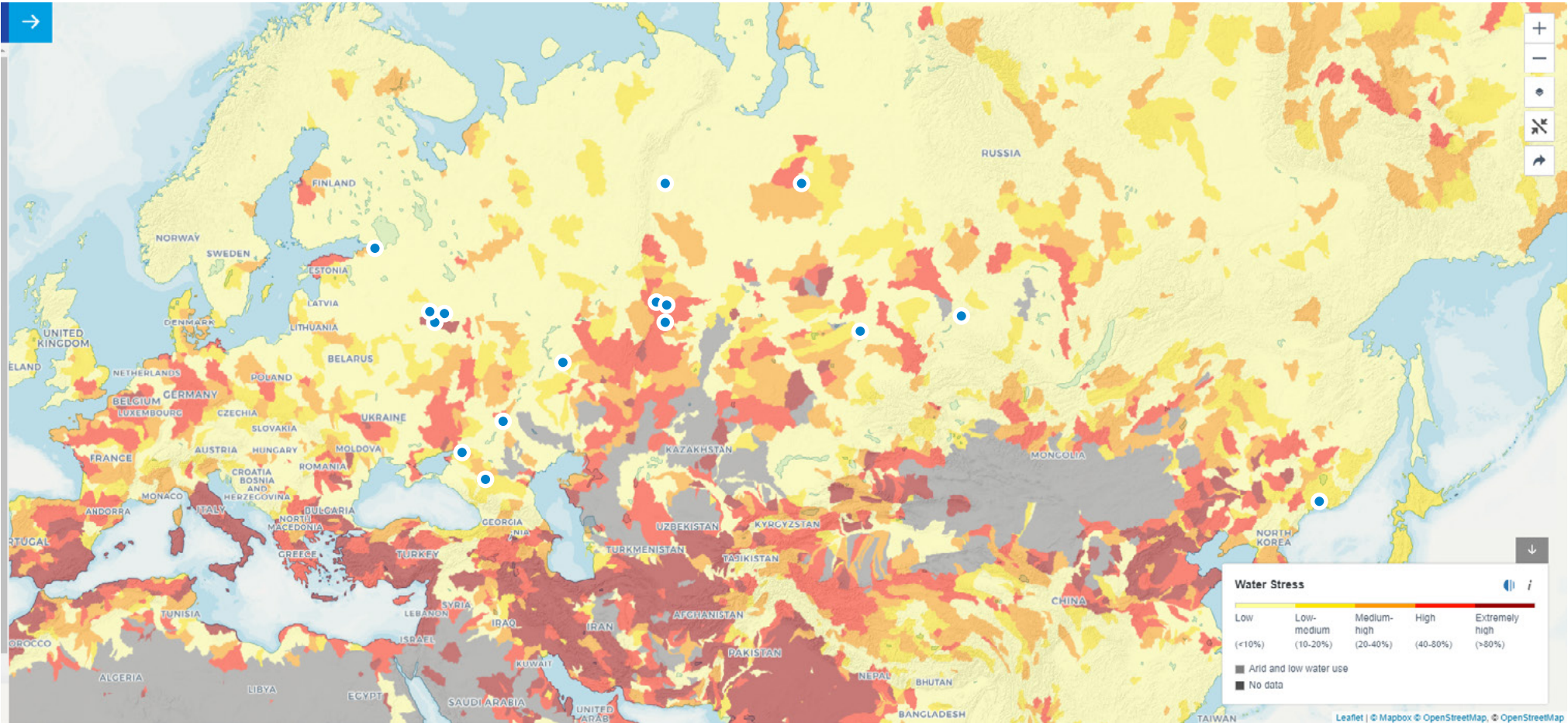
Заботились о водных ресурсах в регионах присутствия

GRI 303-1 Несмотря на то, что регионы присутствия Coca-Cola в России принадлежат к числу одних из наиболее обеспеченных водными ресурсами, по различным критериям оценки качества и доступности питьевых ресурсов выделяются зоны, подверженные повышенному риску. К этим зонам относятся регионы, которые уже испытывают или могут испытать в будущем нехватку чистой питьевой воды, например, из-за природных условий, катаклизмов, загрязнения водоемов и грунтовых вод. Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG определила зоны максимальной концентрации внимания в управлении водными ресурсами и водопользовании, используя подходы Всемирного фонда дикой природы (WWF), Global Water Tool (GWT) и Aqueduct (WRA).

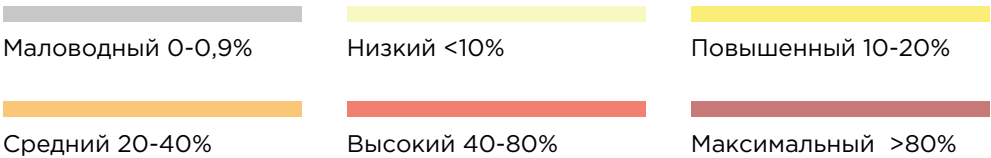


WORLD
RESOURCES
INSTITUTE

Заводы Coca-Cola в России на карте водного стресса Aqueduct (WRA)



Описанные выше подходы позволили определить, что в зоне повышенного риска находятся 16 из 56 заводов Coca-Cola Hellrnic Bottling Company AG в 28 странах. В России таких заводов три, и все они расположены в Московском регионе, где пресная вода питьевого качества требует дополнительных усилий по очистке из-за природных свойств воды на этой территории.



На основании информации, собранной в ходе внутреннего аудита всех наших заводов, мы разработали дополнительный план действий по защите каждого водного источника, особое внимание уделив заводам, находящимся в зонах повышенного риска. Этот план включает следующие мероприятия:



Для заводов в Москве, Истре и Щелково в рамках защиты водного источника мы запланировали и уже воплощаем капитальные проекты по внедрению новых технологий очистки и строительству новых очистных сооружений промышленных стоков, которые включают две стадии биологической очистки. В Щелково очистные сооружения планируется ввести в эксплуатацию в III квартале 2021 года.



Наши заводы в Истре, Щелково и Самаре имеют собственные скважины. В соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и с применением лучших мировых практик мы оборудовали скважины необходимыми устройствами для контроля и мониторинга уровня воды в скважинах.



На заводах с собственными скважинами (Щелково, Самара и Истра) мы обновили системы контроля качества выпускаемой воды.



На заводе в Щелково мы планируем бурение новой скважины для получения подземной воды.



На всех предприятиях Coca-Cola в России мы продолжаем разработку и внедрение оптимизированных схем возврата воды с различных технологических участков.



Мы планируем построить очистные сооружения ливневых вод в Красноярске.



На заводе в Новосибирске мы планируем в ближайшее время модернизировать очистные сооружения для увеличения их потенциальной пропускной способности.



Мы модернизировали систему промывки фильтров на заводе во Владивостоке.

Вдобавок мы разработали и внедрили дорожную карту для дальнейшего снижения удельного водопотребления в период до 2025 года на заводах в Москве, Истре и Щелково — зонах повышенного риска, связанного с доступностью чистой питьевой воды. Для заводов в этих городах в 2021 году установлены следующие удельные целевые показатели: 1,30 л (Москва), 2,90 л (Истра) и 2,08 л (Щелково) на 1 литр готовой продукции.

Удельные целевые показатели для заводов (л):



Coca-Cola в России заботится об эффективном использовании пресной воды не только строго следуя национальному законодательству, но и непосредственно участвуя в инициативах и проектах по сохранению и недопущению загрязнения водных ресурсов в регионах присутствия.

Одному из ярких примеров такой инициативы в области экологического просвещения — проекту «Живая Волга» — в 2021 году исполнится 15 лет. Его основной целью является объединение усилий местных жителей, представителей государственных структур, бизнеса и неправительственных организаций для сохранения природного богатства Волги и её прибрежных территорий.

В 2020 году в рамках проекта «Живая Волга» мы организовали и провели онлайн-конференцию «Живая Волга 2020. Как сделать водоемы в России чище». Вместе с экспертами, учеными, представителями государственных, коммерческих и общественных организаций обсуждали способы и механизмы для недопущения загрязнений водоемов России, роль экологического просвещения и эффективные технологии в борьбе с загрязнением водоемов.

Основные вопросы, которые освещались на онлайн-конференции, звучат так:

- Почему люди продолжают загрязнять водоемы?
- Какое загрязнение сильнее влияет на окружающую среду: промышленное или бытовое?
- Что нужно знать о микропластике в воде?
- Как загрязненная вода влияет на жизнь на Земле?
- Какие существуют эффективные методы очистки воды?
- Что необходимо знать и делать каждому, чтобы сохранить природу и здоровье?

В рамках этого проекта мы проводим конкурсы-марафоны для жителей Казани, Самары, Нижнего Новгорода и Волгограда.

У нас также есть проект «За чистое будущее озера Байкал», реализуемый в южной части Восточной Сибири и направленный на сохранение крупнейшего природного резервуара пресной воды — озера Байкал. Мы проводим масштабную природоохранную акцию на берегу Черного моря в рамках празднования Международного дня Черного моря.

Подробнее о наших инициативах, направленных на заботу о регионах присутствия, рассказывается в разделе [«Продолжили снижать количество отходов»](#).



Какие задачи и решения 2020 года мы возьмем в будущее

Мы продолжим:



Заботиться о рациональном и ответственном подходе к управлению водными ресурсами.



Уменьшать объем потребления на всех наших производствах, уделяя особое внимание заводам, расположенным в зонах повышенного риска. Мы сократим удельное водопотребление на каждый литр готовой продукции и общие расходы воды в производстве. Для заводов в зонах повышенного риска в 2021 году мы установили следующие удельные целевые показатели: 1,30 л (для Москвы), 2,90 л (для Истры) и 2,08 л (для Щелково) на литр готовой продукции.

Кроме того, мы будем:



Реализовывать запланированное бурение новой скважины на производстве в Щелково.



Строить очистные сооружения ливневых вод в Красноярске.



Модернизировать очистные сооружения в Москве, Истре, Щелково и Новосибирске.



Разрабатывать и внедрять оптимизированные схемы возврата воды с различных технологических участков на всех предприятиях Coca-Cola в России.



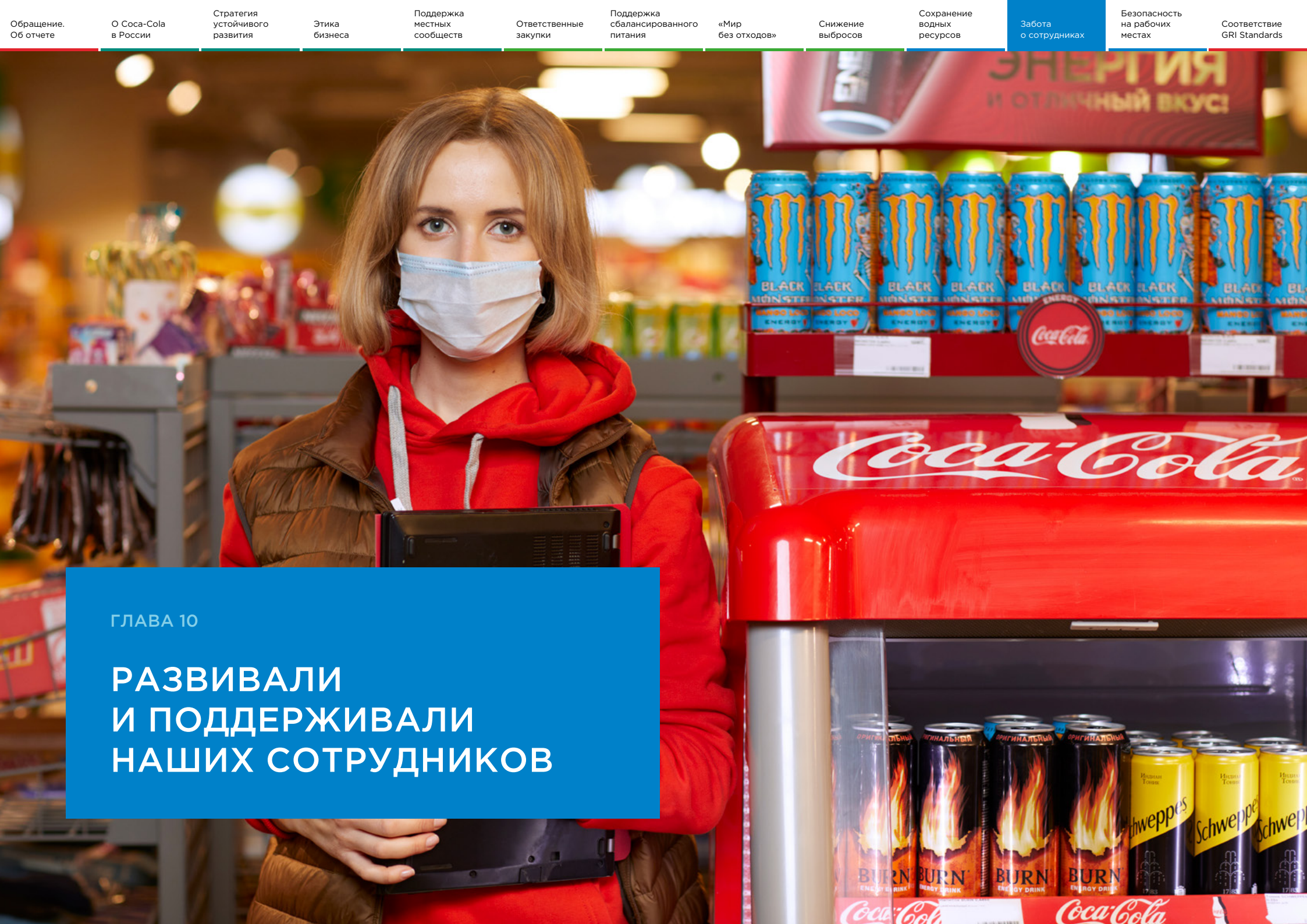
Развивать практику внутреннего обмена опытом и внедрение лучших практик.



Ежегодно подтверждать статус, полученный в ходе сертификации в соответствии со стандартом Альянса по рациональному использованию водных ресурсов (AWS). Мы будем работать над повышением уровня сертификации.

ГЛАВА 10

РАЗВИВАЛИ И ПОДДЕРЖИВАЛИ НАШИХ СОТРУДНИКОВ



Чего мы добились в 2020 году

Главными темами крайне непростого 2020 года стали единство и сплоченность в условиях пандемии и вызванного ею кризиса, способность быстро адаптироваться и продолжать развитие, несмотря на внешние обстоятельства.

Мы запустили программы и проекты, которые поддерживали наших сотрудников в трудный период пандемии и помогли им сохранить эффективность.

Важнейшим инструментом прошедшего года стал ускоренный переход в цифровой формат. Для многих наших процедур, процессов и проектов все активнее используются различные онлайн-платформы и решения. Отказавшись от лишних бюрократических процессов, мы научились оперативно реагировать и перестраиваться. 2020 год вывел наши партнерские отношения с клиентами, некоммерческими организациями и фондами на новый уровень. Этот непростой период показал, что только вместе мы можем ответить на вызовы современности без лишней бюрократической волокиты.

GRI 103 Coca-Cola в России создает все условия для профессионального роста и развития сотрудников. Мы заботимся о здоровье и безопасности персонала, обеспечиваем рабочие места с высоким уровнем оплаты труда и достойным социальным пакетом во всех регионах присутствия в России, помогаем

сотрудникам в профессиональном и личностном росте. Более 10 лет мы регулярно оцениваем уровень вовлеченности сотрудников, и даже в период пандемии он оставался одним из самых высоких в отрасли благодаря реализованным инициативам.



Обеспечили рабочими местами почти 7000 человек, из которых новых — 696 человек.



Сохранили высокий уровень вовлеченности сотрудников и командный дух даже в период самоизоляции и жестких эпидемиологических ограничений: индекс вовлеченности составил 91%.



180 087 часов было уделено обучению сотрудников Coca-Cola в России в 2020 году — в среднем 26,4 часа на человека. В 2020 году нам удалось удержать этот показатель на высоком уровне в сравнении с 2019 годом.



Внедрили новый подход к подбору и адаптации персонала — «пребординг»*.



Запустили новый для нас формат корпоративного волонтерства совместно с Фондом «Друзья» и их платформой интеллектуального волонтерства — Pro Bono**.



Обновили внутренний волонтерский портал, на котором можно найти информацию о социальных мероприятиях и возможностях участия в них.

* Англ. «pre-boarding» – до работы.

** Pro Bono (от лат. pro bono publico «ради общественного блага») – оказание профессиональной помощи благотворительным, общественным и иным некоммерческим организациям на безвозмездной основе.

Индекс устойчивой вовлечённости сотрудников в 2020 году*

91%
Coca-Cola HBC Россия **

87%
АО «Мултон»

«Пройдем это вместе» — лучший проект в области HR-коммуникаций в период пандемии

Наша деятельность по поддержке сотрудников в период пандемии получила высокую оценку. Проект «Пройдем это вместе» был признан лучшим в области HR-коммуникаций в период пандемии в рамках крупнейшей в Восточной Европе, СНГ и Средней Азии премии в сфере коммуникаций — Eventiada [IPRA GWA](#).

Оперативно скорректировали планы и реализовали новые инициативы

GRI 103 Пандемия COVID-19 стала для России и для всего мира одним из крупнейших вызовов современности. Она по-разному повлияла на жизни людей, а также оказала влияние на различные сферы экономики. Вместе с тем это непростое время также показало,

что, только объединившись, мы сможем найти решение и ответить на вызовы.

Пандемия существенно повлияла на реализацию политики Coca-Cola в России в области работы с персоналом. Теперь мы еще больше ориентированы на наших сотрудников. Наши приоритеты и основные направления работы в 2020 году:

- обеспечение безопасности персонала***;
- перевод сотрудников на дистанционный формат работы;
- своевременное информирование персонала;
- оказание помощи и реализация программ поддержки для сотрудников и их семей;
- оптимизация кадровых и сопутствующих процессов.

Для защиты здоровья сотрудников и с целью соблюдения требований санитарно-эпидемиологической безопасности мы перевели сотрудников, чьи обязанности напрямую не связаны с производством, продажей или доставкой нашей продукции, на удаленный режим работы. Перейти в онлайн-режим оперативно и обеспечить непрерывность бизнес-процессов нам помогли обучающие и организационные мероприятия, а также опыт внедрения в 2019 году проекта**** гибкого графика работы.

Мы быстро осознали, что наряду с техническими вопросами нам предстоит решить и более

сложные задачи. Очень важно было поддержать людей в этой сложной ситуации, способствовать социальной сплоченности. Необходимо было помочь всем сохранить свою эффективность, несмотря на изменившиеся условия труда, а руководителям — быстро учиться удаленному управлению подразделениями и взаимодействию с командой. Для решения этих задач мы запустили специальную программу поддержки продуктивности и благополучия сотрудников «Пройдем это вместе». В ходе ее реализации было создано единое информационное поле и пространство для общения. Мы организовали для всех сотрудников еженедельные групповые вебинары на самые разные темы, а сертифицированные коучи компании проводили индивидуальные консультации.

* В «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» в 2020 году опрос по выявлению устойчивой вовлеченности сотрудников не проводился. Это было связано со спецификой года, и опросы в 2020 году были направлены на выявление нужд и комфорта сотрудников, связанных с удаленной работой.

** Снижение на 3 пункта по сравнению с 2019 годом. Одним из основных драйверов снижения стала общая нестабильная ситуация на рынке, вызванная пандемией COVID-19.

*** Подробнее об обеспечении безопасности сотрудников в период пандемии вы можете ознакомиться в разделе «[Наше производство стало еще безопаснее](#)».

**** Подробнее о проекте — в [Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 год](#), стр. 167

Программа «Пройдем это вместе»



Групповые тематические вебинары

- управление удаленными командами
- психология питания
- управление стрессом
- поддержание вовлеченности команд в кризис
- финансовое планирование



Тематический канал в Microsoft Teams

- поддержка продуктивности и морального состояния
- развивающий контент
- рекомендации по внерабочим активностям из дома
- канал для общения и обмена опытом



Личные сессии

- индивидуальные консультации сотрудников с коучами компании

Для того, чтобы отслеживать психологическое состояние сотрудников в это непростое время, мы заменили нашу ежегодную оценку вовлеченности сотрудников на ежеквартальную. С помощью простого и небольшого опросника мы быстро получали информацию об уровне вовлеченности и мотивации сотрудников, а также об их настроении.

Это позволяло нам оперативно корректировать наши действия и совершенствовать меры по поддержке сотрудников. Проводить данный опрос качественно и с привлечением максимального числа респондентов помогали активаторы вовлеченности — инициативные сотрудники подразделений. Они также стали для нас источником обратной связи о том, как те или иные идеи и мероприятия по поддержке находят отклик у сотрудников.

Коллегам, которые остались на передовой, мы уделили особое внимание. Все началось с флешмоба «Спасибо тебе»: сотрудники, работающие удаленно, и члены их семей благодарили и поддерживали тех, кто продолжал работать вне дома. Например, летом, в период ослабления коронавирусной инфекции, наши офисные сотрудники, с соблюдением всех мер предосторожности, выходили на маршруты вместе с торговыми представителями.

Среди сотрудников Coca-Cola в России немало людей старше 65 лет, людей с ослабленным здоровьем и людей с хроническими заболеваниями, и мы всегда помним и заботимся о них. Чтобы поддержать их в период противоэпидемических ограничений, мы отправляли им домой небольшие подарки и наши напитки. Кроме того, мы регулярно отправляли подарки сотрудникам, которые не были переведены на удаленную работу: торговым представителям, операторам на производстве, водителям доставки и другим. Во время самоизоляции, когда и взрослые, и дети находились дома, семьи сотрудников тоже

стали частью нашего коллектива. В этот период мы запустили «Employee Assistant Program» — программу поддержки, которая охватила как сотрудников, так и членов их семей. Программа успешно функционирует и позволяет бесплатно получить психологическую помощь, юридическую или финансовую консультацию.

Значительная часть инициатив, направленных на поддержание вовлеченности сотрудников, была посвящена детям сотрудников. Мы организовали для ребят и их родителей виртуальный детский сад с широким выбором познавательных и развлекательных программ. Дети получили интересный и развивающий досуг в период карантина, пока их родители работали из дома.

2020 год научил нас оперативно реагировать на сложные ситуации и быстро перестраиваться. Удаленный режим работы потребовал от нас перевода почти всех процессов в онлайн-формат и перехода на электронный документооборот. Мы смогли по-новому посмотреть на многие процедуры и процессы и существенно их оптимизировать. В частности, был упрощен процесс согласования полученных от сотрудников запросов. В подразделениях Coca-Cola НВС Россия на территории Московского региона стартовал пилотный проект «Электронная цифровая подпись» (ЭЦП) для кадровых документов. Электронная цифровая подпись позволяет упростить процесс документооборота, а также обеспечить экономию времени наших сотрудников. В 2021 году мы планируем применять ЭЦП уже для полного спектра кадровых документов по всей России.

Сохранили рабочие места и обеспечили конкурентный уровень заработных плат, льгот и компенсаций

 **226,3 млн рублей**

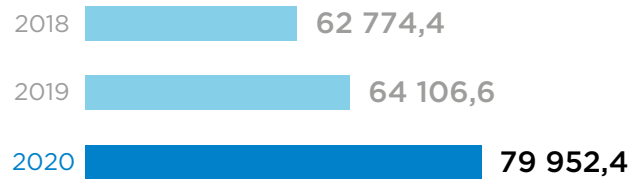
составили расходы на социальный пакет сотрудников Coca-Cola в России в 2020 году — в среднем это 33 тыс. рублей на человека.

GRI 103 В 2020 году мы всеми силами стремились не только обеспечить безопасность сотрудников, но и сохранить занятость на фоне повсеместного снижения деловой активности. Для этого мы сделали акцент на ротации персонала. Все вакансии мы старались в первую очередь предлагать своим сотрудникам. Для многих членов нашей команды своеобразным открытием стал тот факт, что карьера в компании не обязательно должна строиться по вертикали, и интересную работу можно найти и в другом подразделении. Таким образом, мы не только смогли сохранить рабочие места, но и приняли на вооружение новый инструмент, позволяющий удерживать сотрудников, предлагая им новые сферы деятельности внутри компании.

GRI 401-2 В 2020 году мы сохранили рабочие места, обеспечили сотрудникам конкурентную оплату труда, комплексную систему льгот

и социальных выплат и одновременно улучшили показатели по целому ряду направлений. Как и годом ранее, в компаниях Coca-Cola в России увеличилась средняя заработная плата. Льготы и социальный пакет одинаково доступны всем штатным сотрудникам Coca-Cola в России. В 2020 году в АО «Мултон» увеличили расходы по этому направлению на 11%. Coca-Cola HBC Россия и ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» сохранили затраты на социальный пакет на прежнем уровне.

Средняя зарплата Coca-Cola в России, 2018-2020, руб.



GRI 202-1 Coca-Cola в России предоставляет конкурентную зарплату и на стартовых позициях. В зависимости от местоположения предприятия она на 38–65% выше МРОТ (минимального размера оплаты труда) по региону. Например, начальная зарплата в Coca-Cola HBC Россия составляет от 19 355 рублей (Южный регион) до 53 000 рублей (Центральный офис). Начальная зарплата в АО «Мултон» составляет 49 524 рубля и превышает МРОТ по Москве на 41%. Начальная зарплата в ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» составляет 60 000 рублей.

Внедрили новый подход к подбору и адаптации персонала

Подбор персонала, как и многие виды нашей деятельности, в 2020 году также полностью перешел онлайн. С одной стороны, такой подход предоставляет большую гибкость кандидатам — изучать кейсы и решать задания можно, не выходя из дома. С другой стороны, у сотрудников HR-службы и линейных руководителей появилось больше возможностей для организации и проведения собеседований.

 **696**

новых сотрудников приняты на работу в 2020 году в Coca-Cola в России.

GRI 103 Россия стала одной из первых стран, в которых мы запустили проект по внедрению нового подхода к социализации и адаптации персонала. В 2020 году мы стали впервые проводить так называемый пребординг (до работы) в Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон», в рамках которого мы знакомим кандидата с компанией и будущими коллегами, помогаем ощутить корпоративную культуру, почувствовать себя ее частью и тем самым создаем основу для успешного старта нового сотрудника.

Взгляд изнутри

« Для кандидатов, особенно представителей нового поколения Z — инициативных и ответственных ребят, при выборе места работы на первый план выходит человеческий фактор. Для них важно, в какой атмосфере и с какими людьми им придется работать, разделяют ли они общие ценности, понимают ли они друг друга».



Ирина Петрова,
директор по персоналу
Coca-Cola HBC Россия

Как часть этого процесса, будущие коллеги и линейный руководитель кандидата, принявшего предложение о трудоустройстве, записывают приветственные видеообращения, в которых поздравляют его со скорым выходом на работу, рассказывают, с какими задачами они сталкиваются каждый день, что им особенно нравится в их работе.

Интересно, что после внедрения нового подхода к социализации и адаптации будущих сотрудников ни один кандидат, прошедший пребординг, не отказался от предложения работать в компании.

Реализовали программы обучения и развития сотрудников

В 2020 году мы продолжили реализацию всего комплекса программ, направленных на развитие сотрудников. И хотя с началом пандемии нам пришлось приостановить большинство образовательных проектов, сосредоточившись на поддержке сотрудников, все программы были возобновлены уже в октябре 2020 года. Сотрудники, которые были набраны на обучение в начале года, закончат обучение в конце первого квартала 2021 года.

В 2020 году мы приобрели колоссальный опыт по внедрению и реализации онлайн-инструментов и инициатив, в том числе в сфере обучения. Были существенно расширены возможности нашей образовательной платформы. Например, начал работу портал «People’s Hub — Твое пространство для обучения», где сотрудники Coca-Cola HBC Россия и Мултон могут самостоятельно учиться и развивать лидерские компетенции. А в The Coca-Cola Company большим успехом пользовались программы по развитию лидерства, планированию карьеры с фокусом на получение критичного (необходимого для дальнейшего развития) опыта работы. Все эти меры помогали сотрудникам получить соответствующие навыки и умения быстро реагировать на ситуации на рынке.



180 087 часов потратили на обучение сотрудники Coca-Cola в России в 2020 году, в среднем 26,4 часов на человека



Программы развития персонала в Coca-Cola HBC Россия



Обязательные программы развития руководителей и менеджеров

«Путь Лидера» — программа развития руководителей, недавно занявших новый пост, которая формирует базовые лидерские компетенции.

LEAP — программа развития лидерских компетенций для Change Leaders («лидеров изменений»), проходит на уровне группы стран для сотрудников, назначенных на позиции менеджеров.



Программы ускоренного развития

Fast Forward — программа для сотрудников, которые готовятся впервые стать руководителем.

LDP* — программа подготовки опытных менеджеров к следующей роли.



Программы усиления результативности

Grow Leaders («Вырастим лидеров») — программа обучения для руководителей (свыше 1,5 года в руководящей роли) для развития навыков проведения интервью, карьерного диалога, адаптации.

Talent Champions («Чемпионы по развитию талантов») — программа обучения и обмена опытом для опытных менеджеров.

ICC** — Внутренняя сертификация коучинга для Change Leaders («лидеры изменений»).

Делились опытом с молодым поколением

Несмотря на трудности минувшего года, мы расширили аудиторию наших экскурсий, в том числе потенциальных сотрудников, до масштабов всей страны.

Coca-Cola проводит экскурсии на заводах в России для школьников, студентов и других аудиторий почти 20 лет. Для тех, кто желает больше узнать о нашей деятельности и познакомиться с производственными процессами, были организованы бесплатные экскурсии на заводы в новом формате — живых вебинаров . Каждый желающий мог записаться на экскурсию и посетить заводы Coca-Cola в России, узнать обо всех тонкостях их работы и даже пройти стажировку в компании, не выходя из дома.

Партнерами в реализации экскурсионной программы в 2020 году стали Комитет по туризму Москвы (проект «Город открытый») и некоммерческие организации разных регионов страны по программе инклюзивных экскурсий.

Более 8 000 человек посетители экскурсии Coca-Cola в России в 2020 году, из которых 4 755 гостей — в формате онлайн

* Leadership Development Program (Программа развития лидерских навыков).

** Internal coaching certification — Внутренняя сертификация коучей.

Подробнее о программах экскурсий вы можете узнать на [сайте Coca-Cola HBC Россия](#).

Coca-Cola в России предлагает 7 вариантов экскурсий

- 

Классическая экскурсия в «Мир Coca-Cola». Позволяет узнать все самое интересное о системе Coca-Cola в мире и в России, составе напитков, программах в области устойчивого развития. Фокус на производственных процессах.
- 

Игровой квиз — развлекательная онлайн-экскурсия. Участники могут проверить свои знания о производстве и истории напитков в портфеле Coca-Cola в России.
- 

Экологический вебинар. Дает возможность участникам познакомиться с проектами компании в области устойчивого развития, а также с принципами ответственного потребления и необходимыми шагами по внедрению экологических привычек в свою жизнь.
- 

Инклюзивный вебинар — полностью адаптированный формат экскурсии для слушателей с особенностями развития.
- 

Вебинар «Успешная карьера». В рамках карьерной сессии участники могут познакомиться с программами по образованию и развитию молодежи Coca-Cola в России, принципами составления успешного резюме и подготовки к собеседованиям.
- 

Онлайн-стажировка для школьников (7–11 классы). Программа профориентации, состоящая из четырех занятий, в рамках которых участники узнают о работе в разных подразделениях компании и выполняют серию практических занятий. По итогам программы учащиеся получают именные сертификаты.
- 

Экскурсия с мастер-классом по ораторскому мастерству.
- Работа со студентами вузов в 2020 году также перешла в виртуальный формат. Мы проводили тренинги, вебинары и челленджи для студентов по всей стране, и, благодаря онлайн-формату, нам удалось вовлечь около 23 000 человек в эти мероприятия. А новый цифровой формат производственной практики смог привлечь внимание 406 студентов, подавших заявку.

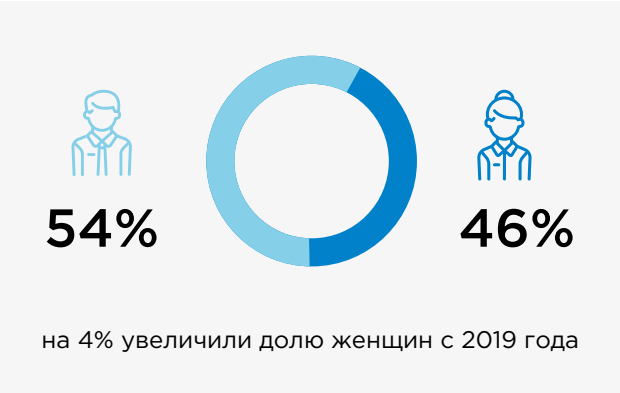
Мы также продолжили реализацию проекта комплексного образовательного цикла «Школа Coca-Cola», и активно продвигали его среди потенциальных участников: охватив 194 330 человек. Это позволило нам собрать 430 заявок на участие в нем, и 84 студента стали частью проекта. В итоге двое ребят-участников школы попали в Coca-Cola HBC Россия на программу «Rise Management trainee program» (программа ускоренного развития по карьерной лестнице), которую мы активно продвигали среди молодого поколения, охватив с помощью продвижения в интернете и социальных сетях 1697 потенциальных участников. Программа уникальна тем, что позволяет в сжатые сроки максимально погрузиться в бизнес и обрести навыки, необходимые на управленческих позициях. Для участия в ней необходимо уже обладать многими навыками, поэтому кандидаты проходят серьезный отбор. В 2020 году к программе присоединилось 6 человек.

Подробнее о программах экскурсий вы можете узнать [на сайте Coca-Cola HBC Россия](#).

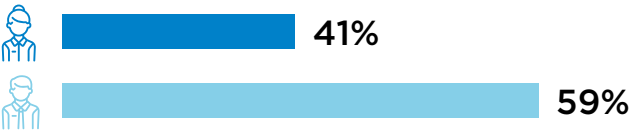
Развивали многообразие и создавали условия для реализации потенциала каждого сотрудника

GRI 103, GRI 406-1 Мы верим в каждого члена команды, ценим многообразие и стремимся создавать равные условия для всех — как на старте работы в Coca-Cola в России, так и по мере продвижения сотрудников по карьерному пути. Всегда основаниями для приема на работу и карьерного роста для нас были квалификация, навыки, эффективное выполнение служебных обязанностей и опыт.

GRI 405-1 Высшее руководство Coca-Cola в России



Высшее руководство Coca-Cola HBC России



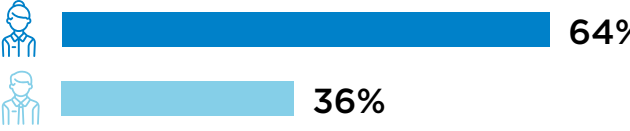
Высшее руководство АО «Мултон»



Количество сотрудников в разбивке по полу

	Женщины	Мужчины	Всего
Coca-Cola HBC Россия	2 000	4 117	6 117
АО «Мултон»	333	319	652
ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	42	20	62
Coca-Cola в России	2 375	4 456	6 831

Высшее руководство ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»



Подробные данные о гендерном составе Coca-Cola в России в разбивке по категориям сотрудников приведены в разделе «Дополнительные данные», стр. 158.

Развивая многообразие и инклюзивность, мы работаем над обеспечением гендерного баланса, создаем равные возможности для людей разных возрастов и состояния здоровья, формируем команду, в которой уважают культурные различия и мнение сотрудников.

В 2020 году, живя и работая в условиях пандемии, мы все смогли ощутить, что такое социальная изоляция, и осознать, как необходимы общение, понимание, доступность и вовлеченность. На несколько месяцев все мы оказались в той реальности, в которой каждый день на протяжении многих лет живут люди с особенностями физического и ментального развития.

В 2020 году была сформирована проектная команда по вопросам многообразия и инклюзивности, в которую вошли представители компании из многих стран присутствия Coca-Cola. В итоге мы разработали широкий спектр инструментов, включая набор коммуникационных и обучающих материалов, рекомендации для линейных руководителей, подготовили тематические дебаты.

Одна из задач, которые мы решаем в рамках данного проекта — это изменение стереотипов относительно «мужских» и «женских» профессий. Наша задача — помочь линейным руководителям прежде всего концентрироваться на профессиональных качествах и компетенциях кандидатов вне зависимости от возраста, гендерной принадлежности, физических

особенностей и других отличий. В качестве первого шага было решено провести кампанию по привлечению большего числа женщин в отдел продаж Coca-Cola HBC Россия — направление, где традиционно большинство составляют мужчины. Мы провели коммуникационные мероприятия, организовали для сотрудников и линейных руководителей дебаты с участием экспертов. Кампания прошла онлайн, что позволило вовлечь сотрудников со всей страны. В результате в отделе продаж были сформированы эффективные женские команды, работающие с нашими клиентами из сферы гостеприимства (HoReCa). Руководители других функциональных подразделений также начали работать над привлечением в свои команды женщин.

Мы также уделяем особое внимание развитию практик трудоустройства людей с особенностями развития. Coca-Cola в России не только строго соблюдает требования российского законодательства о квотировании рабочих мест для людей с ограниченными возможностями здоровья, но и разрабатывает системные решения в области поддержки инклюзивного трудоустройства. Так, в 2020 году в партнерстве с фондом «Обнаженные сердца» стартовал проект «Сопровождаемое трудоустройство», направленный на разработку универсальной методологии профессиональной ориентации и трудоустройства людей с расстройством аутистического спектра (РАС) и/или интеллектуальными нарушениями.

Взгляд изнутри

« У компании очень хорошие статистические показатели, демонстрирующие сбалансированный по гендерному составу коллектив. Для того чтобы реально понимать, как наши действия влияют на развитие многообразия и инклюзивности, мы должны в первую очередь ориентироваться на качественную составляющую. Необходимо постоянно отслеживать путь наших сотрудников, особенно нового персонала, их профессиональный рост, карьерное развитие. И здесь, конечно, очень важно продолжать работу по поддержке и продвижению наших сотрудников».



Ирина Петрова,
директор по персоналу
Coca-Cola HBC Россия

Подробнее о проекте «Сопровождаемое трудоустройство» и других инициативах по развитию инклюзивного общества мы рассказали в главе [«Продолжили развивать инклюзивное общество в России»](#).

Развивали и трансформировали корпоративное волонтерство

2020 год показал, что объединять сотрудников-волонтеров для решения социальных и экологических вопросов можно и в жестких условиях ограничений, которые были обусловлены пандемией COVID-19. Мы не отказались от поставленной цели — привлечь 10% сотрудников к волонтерским проектам в рабочее время.

Опыт Coca-Cola в России убедительно доказывает, что волонтерство — важный инструмент значимых социальных изменений и формирования устойчивых отношений с сотрудниками, партнерами и местными сообществами. Мы формируем волонтерские программы, исходя приоритетов стратегии в области устойчивого развития. Наши проекты всегда системны и направлены на создание долгосрочного позитивного эффекта.

Ключевой задачей программы корпоративного волонтерства в 2020 году стала адаптация и внедрение новых форматов волонтерства при сохранении фокуса на стратегические приоритеты в области устойчивого развития. Мы постарались сделать так, чтобы поучаствовать в волонтерских акциях было максимально безопасно, но в то же время эффективно.

202 сотрудника

Coca-Cola в России стали волонтерами в рабочее время в 2020 году;

3 волонтерских часа

пришлось в среднем на одного сотрудника-волонтера, из них **2,8 часа** — в рабочее время;

16 волонтерских мероприятий

прошли в 2020 году, из них **14** — в рабочее время.

Так, мы переформатировали традиционные волонтерские проекты — основным фокусом стал, конечно же, перевод проектов в онлайн-формат. Например, традиционный экологический проект «Зеленые команды Coca-Cola» был впервые проведен в формате онлайн-челленджа. Сотрудникам было предложено выполнить серию заданий: внедрить в свою жизнь эко-привычку, вовлечь в эко-жизнь других людей, провести уборку любого места на улице. Крупнейший новогодний волонтерский проект Coca-Cola в России «Рождественский караван» также впервые прошел онлайн, но сохранил широкие возможности участия сотрудников в качестве волонтеров.

Подробнее с нашими экологическими проектами вы можете ознакомиться в разделах [«СнизилИ водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска»](#) и [«СнизилИ производственные отходы и увеличили долю использования переработанного сырья»](#), а с проектами по развитию инклюзивного общества в разделе [«Продолжили развивать инклюзивное общество в России»](#).

34 сотрудника

сотрудника поучаствовали онлайн в эко-челленже «Зеленые команды Coca-Cola» в 2020 году;

90 сотрудников

сотрудников поучаствовали в проекте «Рождественский караван Coca-Cola» в 2020 году.

В 2020 году мы также предложили сотрудникам новые форматы корпоративного волонтерства. Совместно с фондом «Друзья» мы запустили pro bono волонтерство — теперь наши сотрудники могут оказывать поддержку НКО своими профессиональными навыками на безвозмездной основе на платформе интеллектуального волонтерства ProCharity. А в рамках «Рождественского каравана Coca-Cola» на платформе ProCharity была создана подборка специальных «новогодних» заданий от НКО, и наши сотрудники оказывали разнообразную интеллектуальную поддержку организациям в преддверии Нового года. Мы также уделили особое внимание развитию культуры наставничества и менторства: например, в рамках бесплатного проекта по образованию и развитию молодежи «Youth Empowered — Твой путь к успеху» стали менторами для молодых специалистов (подробнее с результатами проекта вы можете ознакомиться в разделе [«Трансформировали социальные проекты и развивали партнерства»](#)).

Подробнее о проекте «Рождественский караван Coca-Cola» — в разделе [«Развивали инклюзивное общество в России»](#), стр. 50.

В 2020 году мы продолжили развивать внутренний тематический портал, посвященный волонтерству. Там собрана детальная информация не только о наших программах и проектах, где требуются корпоративные волонтеры, но и о проектах наших партнеров, в которых могут принять участие сотрудники Coca-Cola в России. Таким образом, мы стремимся стать «рупором» волонтерских возможностей для сотрудников. В 2020 году мы также начали размещать на портале специализированные образовательные материалы, которые обучают наших сотрудников основам волонтерской деятельности, рассказывают о благотворительных фондах и некоммерческих организациях и их проектах. Значительная часть обучающих материалов посвящена системной благотворительности: как помогать правильно и делать это максимально эффективно, как поддерживать долгосрочные инициативы и комплексные проекты, какие формы может принимать помощь.

В 2020 году мы усилили системное взаимодействие с Национальным советом по корпоративному волонтерству (НСКВ). Совет объединяет более 120 российских и международных компаний, которые поддерживают и развивают добровольчество среди сотрудников, объединяя усилия для решения социально значимых проблем. Об уровне нашей вовлеченности в деятельность НСКВ говорит тот факт, что региональное отделение совета в Приморском крае возглавила Coca-Cola HBC Россия.

В наших планах - через участие в Совете усиливать волонтерскую деятельность в рамках собственных проектов, в проектах партнеров и в совместных волонтерских инициативах.

Мы продолжим создавать единое волонтерское сообщество среди наших сотрудников и развивать у них лидерские качества и инициативу, чтобы они самостоятельно могли реализовывать свой волонтерский потенциал за рамками корпоративных волонтерских инициатив.

Какие задачи и решения 2020 года мы возьмем в будущее

Будем формировать планы, опираясь на успешный опыт реализации программ и проектов в период пандемии, чтобы сотрудники могли получать ощутимую отдачу непосредственно в процессе их реализации.

Мы планируем:



С помощью всех наших инициатив удерживать высокий индекс вовлеченности.



Оптимизировать процессы и документооборот, в том числе планируем запустить ЭЦП для полного спектра кадровых документов по всей территории

России и упростить системы отчетности и согласование запросов от сотрудников.



Увеличить количество женщин — торговых представителей на 9%.



Обновить программу обучения и обмена опытом для опытных менеджеров — Talent Champions (Чемпионы по развитию талантов) и обеспечить охват этой программой 100% менеджеров уровня Change Leaders («лидеры изменений»).



Продолжить дальнейшее развитие волонтерской программы и увеличить долю сотрудников, участвующих в волонтерских проектах в рабочее время. Мы планируем провести исследование для оценки заинтересованности сотрудников по направлениям волонтерской деятельности и формам ее реализации. В сотрудничестве с партнерами внедрить новые форматы волонтерских проектов и продолжить развивать Pro Bono волонтерство.



Уделим особое внимание просветительской повестке — программам информирования сотрудников о деятельности различных фондов и НКО, принципам системной и правильной благотворительности.

ГЛАВА 11

НАШЕ ПРОИЗВОДСТВО СТАЛО ЕЩЕ БЕЗОПАСНЕЕ

Чего мы добились в 2020 году

Сохранение жизни и здоровья сотрудников является одной из приоритетных задач в обеспечении устойчивого развития Coca-Cola в России, для этого мы последовательно выполняем все требования российского законодательства, внедряем передовой мировой опыт и работаем над повышением вовлеченности персонала в деятельность по охране труда. Мы верим, что безопасные условия труда в сочетании с эффективным управлением в этой области помогают максимально раскрыть трудовой потенциал.

Обновленная в 2019 году система менеджмента безопасности труда Coca-Cola в России основана на требованиях международного

стандарта системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда ISO 45001:2018 (международный стандарт системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда). В 2020 году мы завершили переход к интегрированной системе менеджмента безопасности труда в рамках непрерывного совершенствования имеющихся механизмов.

Благодаря развитой системе охраны труда и отлаженным процедурам компания быстро и своевременно реализовала приняла экстренные меры для защиты сотрудников в условиях пандемии в соответствии с передовой мировой практикой и рекомендациями российских регуляторов.

Не зарегистрировано

ни одного несчастного случая со смертельным исходом.

Не зарегистрировано

ни одного тяжелого несчастного случая.

Не зарегистрировано

ни одной аварии в рамках эксплуатируемых опасных производственных объектов.

Завершили внедрение

системы охраны труда и промышленной безопасности.

На всех заводах Coca-Cola в России управление охраной труда и промышленной безопасности функционирует на основе требований международного стандарта системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда ISO 45001:2018 и требований российского законодательства.

Получили идеи в области безопасности труда



на 22%

сократилось количество ДТП по вине сотрудников.

на 30%

сократилось общее количество ДТП.

на 66%

увеличилось количество сотрудников коммерческой функции и удаленных складов, вовлеченных в программу наблюдений и корректировки поведенческой безопасности (Behavioral Based Safety).

Последовательно внедряли международные принципы управления безопасностью труда



GRI 103-1 Безопасность, здоровье и благополучие наших сотрудников — безусловный приоритет нашей деятельности. Мы обеспечиваем должный уровень безопасности на всех этапах производства, в офисах и при работе в торговых точках, а также несем ответственность за безопасность партнеров на нашей территории. Наш подход к безопасности труда основывается на профилактике травматизма и предотвращении опасных ситуаций. Для этого мы не только постоянно совершенствуем внутренние процессы и процедуры обеспечения безопасности, но и повышаем уровень культуры безопасности сотрудников. Кроме того, Coca-Cola в России поощряет личную инициативу в разработке решений в области безопасности труда. Система управления охраной труда и промышленной безопасностью Coca-Cola в России опирается на российское законодательство и положения международных стандартов, она интегрирована в корпоративную систему управления.

В 2020 году мы завершили переход к интегрированной системе менеджмента безопасности труда.

Обновленная система управления прошла сертификационный аудит соответствия требованиям международных стандартов сразу на четырех площадках Coca-Cola в России: в Ростове-на-Дону, Самаре, Санкт-Петербурге и Москве (Центральный офис).

GRI 403-7 В 2020 году риск в области охраны труда и здоровья сотрудников был в числе основных рисков системы Coca-Cola, в том числе Coca-Cola в России, в основном в связи с пандемией COVID-19*.

Во всех офисах и на производствах Coca-Cola в России были приняты дополнительные меры, а для сотрудников проведено дополнительное обучение по профилактическим мерам для снижения риска заражения. Мы продолжили заботиться о здоровье и безопасности наших сотрудников и при переводе их на удаленный формат работы: оказывали психологическую поддержку, а также содействие в уходе за членами их семей. Мы поощряли сотрудников присоединяться к Программе помощи сотрудникам (Employee Assistance Programme), направленной как раз на поддержку в трудные периоды. И в этой непредвиденной ситуации, и в целом наш

подход к охране труда, отлаженные процедуры и заблаговременная оценка рисков помогают оперативно реагировать и минимизировать риски для здоровья и благополучия наших сотрудников на рабочем месте.

Подробнее об инициативах и программах поддержки сотрудников в период пандемии COVID-19 рассказывается в разделе «Развивали и поддерживали наших сотрудников», стр. 110.



* Подробнее см. [Интегрированный отчет Coca-Cola HBC за 2020 год](#), с. 55.



ПРАВИЛА
ПРОФИЛАКТИКИ
НОВОЙ
КОРОНАВИРУСНОЙ
ИНФЕКЦИИ

ЗАЩИТИ СЕБЯ

РОСПОТРЕБНАДЗОР
ЕДИНЫЙ КОНСУЛЬТАЦИОННЫЙ ЦЕНТР
РОСПОТРЕБНАДЗОРА: 8-800-555-49-43



РОСПОТРЕБНАДЗОР

В 2020 году мы реализовали ряд мероприятий, направленных на профилактику COVID-19, в том числе на основании рекомендаций Роспотребнадзора



Часть работников были переведены на удаленную работу и обеспечены поддержкой по программе помощи сотрудникам.



Для всех, кто в силу необходимости оставался на рабочем месте, был обеспечен оптимальный режим работы и отдыха, включая гибкий график, позволяющий избежать скопления людей.



Сотрудники и посетители были обеспечены средствами индивидуальной защиты органов дыхания (маски, респираторы), было проведено экранирование рабочих мест и зон, установлены дозаторы для обработки рук антисептиками.



Был введен специальный режим посещения организации, предусматривающий приоритетное использование электронного документооборота.



Температура тела сотрудников контролировалась при прибытии на работу и в течение рабочего дня бесконтактным способом (электронные, инфракрасные термометры, переносные тепловизоры), в случае повышения температуры и других признаков инфекционного заболевания сотрудники обязательно отстранялись от нахождения на рабочем месте.

Усилили профилактику производственного травматизма

GRI 403-9 Профилактика травматизма — проактивный процесс, помогающий компании выявлять и устранять опасности и риски на рабочем месте до того, как произойдет несчастный случай. Мы знаем, что эти программы могут эффективно снижать уровень травматизма и профессиональной заболеваемости. Этот передовой подход частично реализован на многих предприятиях Coca-Cola в России в рамках проекта «Путь к нулевому травматизму» (Road to 0 LTA)*.

Несмотря на связанные с пандемией COVID-19 ограничения, мы продолжили внедрять процедуры профилактики травматизма на постоянной основе.

Результаты не заставили себя ждать: в 2020 году нам удалось избежать тяжелых травм и несчастных случаев со смертельным исходом, а по абсолютному показателю числа несчастных случаев мы вышли на плато, сохранив результат 2019 года (тогда мы сократили количество несчастных случаев более чем в два раза).

* Перевод названия проекта «Road to 0 LTA» как «Путь к нулевому травматизму»



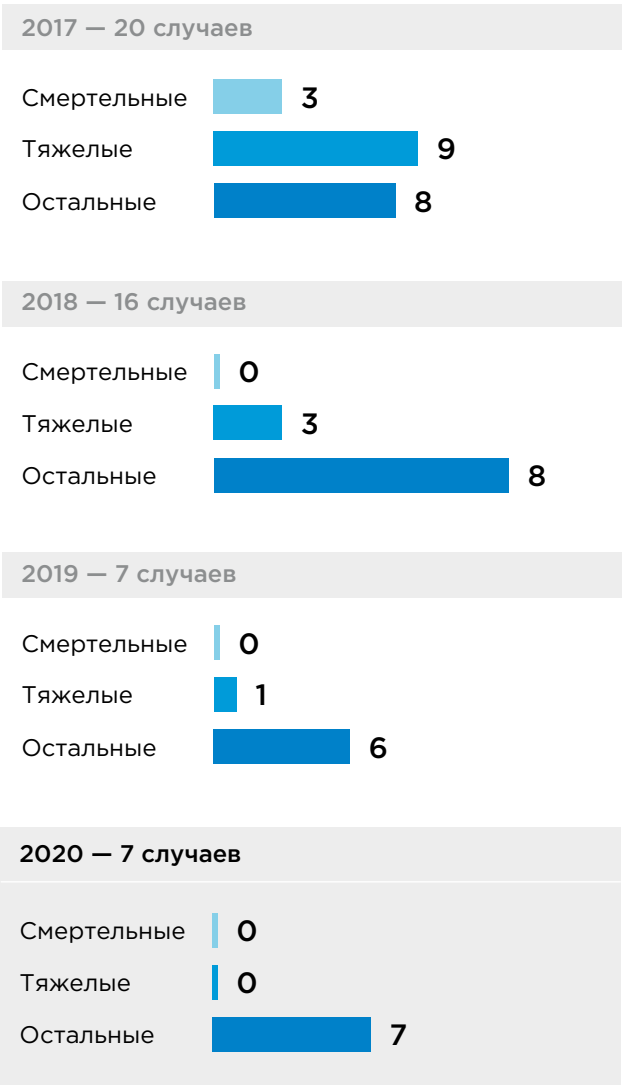
«Путь к нулевому травматизму» (Road to 0 LTA)

Это проект, нацеленный на внедрение передовых практик для повышения безопасности сотрудников и достижения нулевого травматизма.

Проект включает следующие основные направления минимизации рисков и опасностей при производстве и работах на площадках:

- работы на высоте;
- защитные ограждения;
- безопасность производственных процессов на складах;
- управление подрядчиками
- и другие.

Динамика производственного травматизма, 2017–2020 гг.



GRI 403-2 Исходя из практики управления опасными производственными объектами, мы убеждены в наличии тесной связи между потенциально опасными событиями (Near Miss) и крупными инцидентами: зачастую они имеют общие первопричины в соответствии с пирамидой несчастных случаев. В рамках внедрения международного стандарта ISO 45001:2018 мы уделили особое внимание менеджменту потенциально опасных ситуаций (Near Miss Management) на предприятиях Coca-Cola в России.



GRI 403-1 Потенциально опасное событие (Near Miss) можно определить как опасное состояние, действие, объект и/или их совокупность, которые при ином стечении обстоятельств (в отсутствие корректирующих мер) могли бы привести к аварии. Система управления такими ситуациями направлена на быстрое выявление опасности и оперативное реагирование с целью профилактики аварийности и сопутствующего травматизма на рабочих местах. В 2020 году было зафиксировано 10 101 потенциально опасное событие (Near Miss) — максимум за последние три года. С 2017 по 2020 годы наблюдается обратная корреляция между динамикой их регистрации и показателями травматизма, что свидетельствует об эффективности менеджмента потенциально опасных ситуаций на предприятиях Coca-Cola в России.

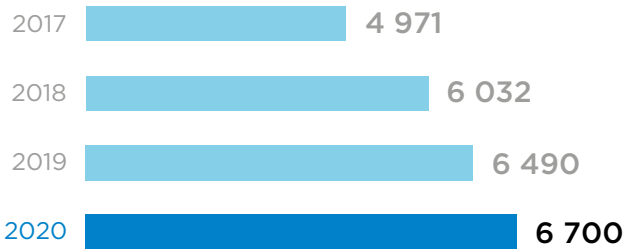
Количество зарегистрированных потенциально опасных событий (Near Miss)



Продолжили обучение сотрудников принципам безопасности труда

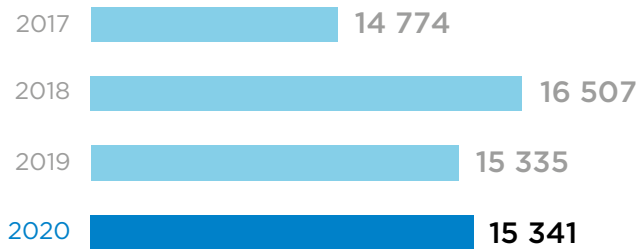
GRI 403-1 Эффективная коммуникация в области охраны и безопасности труда является неотъемлемой частью системы менеджмента. Ее цель — исключить несчастные случаи и минимизировать опасные ситуации на производстве за счет формирования навыков наблюдения и обсуждения вопросов безопасности на рабочих местах. Для этого Coca-Cola в России использует в числе прочего позитивную мотивацию безопасного поведения и продуктивную обратную связь. С целью совершенствования коммуникации проводятся поведенческие аудиты безопасности (Walk the Talk), которые охватывают весь персонал.

Количество поведенческих аудитов безопасности (Walk the Talk)



GRI 403-1 5 Кроме того, в рамках рабочих процессов проводятся беседы о безопасности (Toolbox Talks) — часть общей программы инструктажа по охране труда, неформальный вид взаимодействия с сотрудниками, как правило, непосредственно на рабочем месте до начала работы. Такие краткие беседы посвящены общим или специальным аспектам безопасности конкретного вида работ. Они позволяют максимально быстро и эффективно проверить и обновить знания сотрудников, обеспечить обмен информацией между начинающими и более опытными работниками. Несмотря на ряд ограничений, связанных с пандемией COVID-19, мы не остановили проведение таких бесед и сохранили их количество на том же уровне, что и в 2019 году.

Количество проведенных бесед о безопасности (Toolbox Talks)



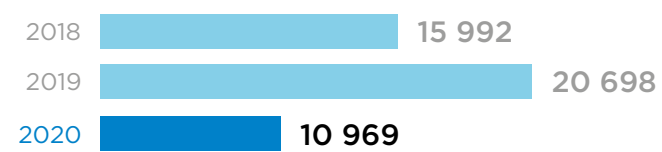
Неукоснительное соблюдение российского законодательства является важным аспектом нашей деятельности в области охраны труда и промышленной безопасности, особенно в условиях появления новых требований и принципов реагирования в рамках пандемии COVID-19. В 2020 году увеличилось количество как внешних, так и внутренних аудитов рабочих мест и производственных площадок в связи с усилением контроля рабочей среды и внедрением новых процедур.

Количество проведенных внутренних аудитов и внешних проверок

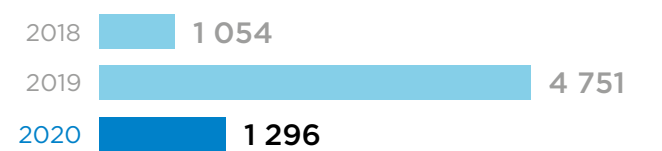


Обучение сотрудников в области охраны труда и промышленной безопасности продолжилось, несмотря на пандемию COVID-19. В 2020 году проведено 10 969 инструктажей по вопросам охраны труда, специальное обучение прошли 1 296 человек. Пик активности в этом направлении пришелся на 2019 год, когда началось внедрение обновленной интегрированной системы менеджмента.

Количество инструктажей по вопросам охраны труда



Количество человек, прошедших специальное обучение по охране труда

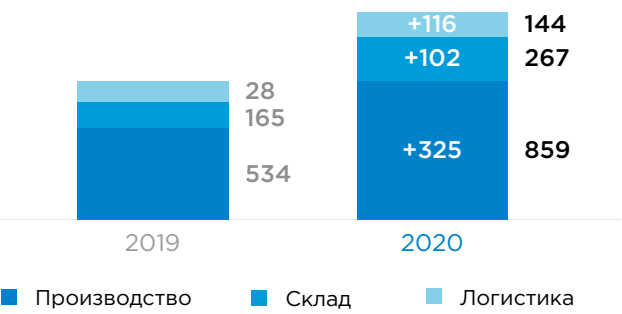


Со 2 по 6 ноября 2020 года в Coca-Cola в России прошла «Неделя охраны труда», в рамках которой были проведены вебинары, беседы, консультации, викторина по нескольким направлениям:

- охрана труда и пожарная безопасность;
- безопасность транспортных средств;
- ментальное здоровье;
- эргономика рабочего места.

GRI 403-4 В 2020 году мы продолжили вовлекать сотрудников Coca-Cola в России в один из ключевых проектов в сфере охраны труда — программу поведенческой безопасности (BBS). В рамках проекта нам удалось увеличить количество участников среди сотрудников функции производства, склада, логистики и продаж. Теперь эта инициатива охватывает сотрудников всех основных функций. Программа поведенческой безопасности мотивирует сотрудников брать на себя личную ответственность за безопасность выполняемой работы. Участники проекта осознают, что безопасность — это «дорога с двусторонним движением», и приобретают навыки корректного и достаточного вмешательства, а также реагирования на опасные ситуации в рабочем процессе, обусловленные небезопасным поведением коллег или партнеров Coca-Cola в России.

Вовлеченность работников в программы поведенческой безопасности BBS, чел.



Повысили уровень транспортной безопасности

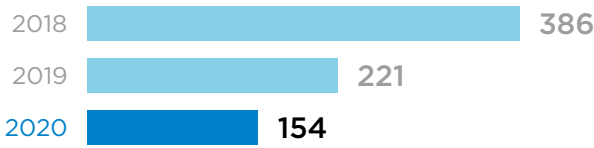
GRI 403-9 Безопасность дорожного движения важна для Coca-Cola в России. Она занимает особое место в общей системе управления охраной труда, так как в нее вовлечены и в ней заинтересованы и остальные участники дорожного движения. Для нас важно создание культуры безопасности дорожного движения, чтобы снизить риски вождения для всех участников процесса и минимизировать травматизм при ДТП.

GRI 403-5 В 2020 году мы продолжили обучение водителей защитному вождению, проведение инструктажей, реализацию маршрутных проверок и риск-ориентированных кампаний и снизили общую аварийность (количество ДТП по вине любого из участников движения) почти на треть, а количество ДТП по вине сотрудников — более чем на 21%. Внутренние тренинги прошли 100% сотрудников, имеющих доступ к управлению корпоративным транспортом. Всего было обучено 1 300 человек*.

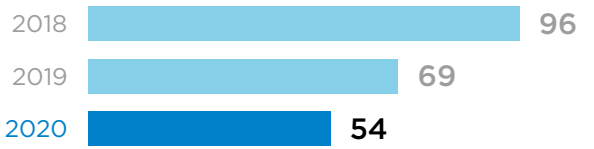
* В 2020 году обучение проходили только торговые представители компании, оно проводилось через специальные инструктажи инженерами по безопасности дорожного движения.

Динамика ДТП с участием сотрудников Coca-Cola в России

Общее количество ДТП



ДТП по вине сотрудников



Обновили систему пожарной безопасности

GRI 403-1 Обеспечение пожарной безопасности наших предприятий — одно из приоритетных направлений развития Coca-Cola в России в области охраны здоровья и безопасности труда. Чтобы свести к минимуму риски и последствия пожара для персонала, партнеров и активов Coca-Cola в России, мы руководствуемся принципами и положениями российского законодательства и международных стандартов.

Эта область контроля и надзора — как внешнего, так и внутреннего — критически важна для поддержания работоспособности необходимых противопожарных систем. В 2020 году мы провели **22 противопожарных аудита**, почти на четверть больше, чем годом ранее.

Количество противопожарных аудитов



В 2020 году также продолжилась работа над установкой и модернизацией системы противопожарной защиты, было реализовано **28 проектов** в этой области. Руководители на разных уровнях проводили ежеквартальные беседы с сотрудниками (Toolbox Talks) о соблюдении мер пожарной безопасности на рабочем месте и в быту.

Количество установленных и модернизированных систем противопожарной защиты



Обучение в области пожарной безопасности сотрудников и руководителей отделов, функций производственных объектов — еще одно важное направление противопожарной защиты Coca-Cola в России. В 2020 году мы провели **4 418 таких инструктажей**, охватив весь персонал компании.

Количество противопожарных инструктажей



Добились нулевой аварийности на опасных объектах

GRI 403-8 Система управления промышленной безопасностью Coca-Cola в России представляет собой комплекс взаимосвязанных организационных и технических мероприятий, осуществляемых при эксплуатации опасных производственных объектов (ОПО), в целях предупреждения аварий и инцидентов на ОПО, локализации и ликвидации последствий таких аварий.

В рамках компании 12 площадок имеют ОПО, из них девять относятся к производственным площадкам, три — к непроизводственным. Всего в Государственном реестре ОПО зарегистрировано 39 объектов, из них 25 относятся к III классу опасности (средней опасности), 13 — к IV классу опасности (низкой опасности). Каждый объект является предметом ведомственного и корпоративного контроля и надзора.

При эксплуатации ОПО в 2020 году не зафиксировано ни одной аварии и инцидента, что говорит об эффективной профилактической и надзорной деятельности по промышленной безопасности.

Стимулировали развитие безопасности партнеров

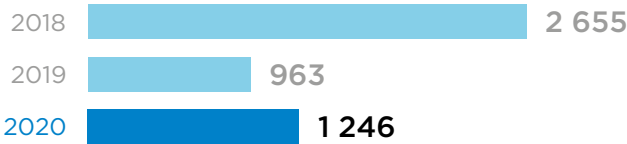
GRI 403-8 Наша политика в области охраны труда и промышленной безопасности распространяется и на наших партнеров. Система управления безопасностью подрядных организаций в Coca-Cola в России является одним из интегрированных процессов менеджмента и используется для контроля рисков здоровья и безопасности на постоянной основе. В 2020 году мы эффективно расширили эту систему и на работу с подрядчиками в удаленном режиме.

Высокие требования в области охраны труда, промышленной и пожарной безопасности входят в число основных критериев отбора подрядных организаций. Coca-Cola в России требует от всех своих партнеров строгого соблюдения внутренних правил безопасности и применимых требований российского законодательства. При этом мы активно участвуем в их развитии в этих направлениях.

Мы следуем принципу постоянного совершенствования системы охраны труда и техники безопасности, и здесь подрядные организации являются частью нашей команды.

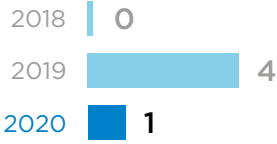
Деятельность наших партнеров по обеспечению безопасности труда также входит в область аудита корпоративной системы управления безопасностью труда.

Количество аудитов подрядчиков



В 2020 году значительно (на 29,4%) увеличилось количество аудитов по вопросам безопасности труда подрядных организаций. Пока нам не удалось исключить травматизм полностью, но мы добились его существенного снижения: в 2020 году был зафиксирован один несчастный случай с участием подрядчиков (на 75% ниже 2019 года). Мы разработали планы корректирующих действий и намерены внимательно отслеживать их реализацию, чтобы снова выйти на нулевой уровень производственного травматизма подрядчиков.

Количество несчастных случаев с сотрудниками подрядных организаций



Какие задачи и решения 2020 года мы возьмем в будущее

В 2021 году мы планируем развивать следующие направления деятельности в обеспечении безопасности труда:



Распространим программу поведенческой безопасности **Behavioral Based Safety** среди офисных сотрудников Coca-Cola в России.



Запустим пилотный проект **«Электронный наряд-допуск»**. Проект предполагает цифровизацию процесса согласования опасных работ, ведение в электронной базе истории всех опасных работ, упрощение процесса одобрения нарядов-допусков.



Сохраним акцент на мотивации и моделировании **безопасного поведения** сотрудников в границах производственных процессов.



Внедрим на всех заводах Coca-Cola в России проект **«Удаленный работник»** — контроль состояния здоровья сотрудников, которые работают в одиночку на удаленных объектах заводов (например, в котельных, на очистных сооружениях). Работники оснащаются специальными браслетами с датчиками, если с удаленным работником что-то случится, эти датчики посылают сигнал ответственному сотруднику на заводе. «Пилот» проекта был успешно запущен в январе-марте 2021 года.



Внедрим новый проект **«Life-saving rules» («Правила, спасающие жизни»)** на основе более комплексного подхода к продвижению 14 главных правил безопасности труда и приступим к его реализации. Фундаментальная перезагрузка наших программ, действий, аудитов и аналитики в рамках проекта «Life-saving rules» необходима для постепенного изменения наших процессов безопасности и обеспечения нулевого травматизма на наших площадках.



Пересмотрим **процедуру допуска подрядных организаций** на этапе заключения договора.



Актуализируем чек-лист, обеспечивающий **всеобъемлющую оценку безопасной эксплуатации опасных производственных объектов** в ходе как внутренних аудитов, так и аудитов самооценки производственными площадками с учетом изменений в рамках «Регуляторной гильотины».

Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные

Этот раздел содержит указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards (вариант раскрытия — основной), а также дополнительную информацию по требованиям и рекомендациям международных стандартов в области устойчивого развития.

Дополнительная информация представлена непосредственно в указателе («Примечания и дополнительная информация»), а также в блоках дополнительных данных по охране окружающей среды и практикам ответственного работодателя.

Если специально не указано иное, все данные представлены по состоянию на 31 декабря 2020 года.

1. Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 101	Стандартные элементы раскрытия		
101	Принципы подготовки отчета	Об отчете, стр. 6	
GRI 102	Общие сведения об организации		
102-1	Название организации	Об отчете, стр. 6	Подробно структура собственности компаний Coca-Cola в России описана в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola НВС Россия за 2015-2016 гг. (стр. 8) и в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola НВС Россия за 2017 год (стр. 8).
102-2	Деятельность, бренды, продукты, услуги	Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 14	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
102-3	Адрес штаб-квартиры организации	Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 14	
102-4	География деятельности	Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 14	
102-5	Характер собственности и организационно-правовая форма	Об отчете, стр. 11	
102-6	Рынки, на которых работает организация	Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 14	
102-7	Масштаб организации	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
102-8	Информация о сотрудниках и других работниках	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
102-9	Цепочка поставок организации	Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 39	
102-10	Существенные изменения масштабов, структуры или формы собственности организации или ее цепочки поставок, произошедших за отчетный период	Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 39	
102-11	Применение принципа предосторожности	Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 39	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
102-12	Внешние экономические, экологические и социальные хартии, принципы и другие инициативы, которые поддерживает организация	<u>Глава 2. Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии, стр. 35</u> <u>Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 41</u>	
102-13	Членство в ассоциациях и/или национальных и международных организациях по защите интересов	<u>Глава 7. Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 83</u>	
GRI 102	Стратегия		
102-14	Заявление ключевых лиц о значении устойчивого развития для организации и стратегии, применяемой ею при решении вопросов устойчивого развития	<u>Обращение руководства Coca-Cola в России, стр. 5</u>	
102-15	Ключевые воздействия, риски и возможности	<u>Глава 2. Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии, стр. 32</u> <u>Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 41</u> <u>Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 92</u>	Риски Coca-Cola в России отражены в Отчете об устойчивом развитии <u>за 2017 год</u> (стр. 30–31), <u>за 2018 год</u> (стр. 23), за 2019 год (стр. 25–29). Подробнее о рисках, присущих Coca-Cola на разных уровнях можно узнать из <u>Интегрированного годового отчета Coca-Cola HBC AG за 2020 год</u> и <u>Интегрированного глобального отчета The Coca-Cola Company за 2020 год</u>.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 102	Этика и честность		
102-16	Принципы, ценности, стандарты и нормы поведения	<u>Глава 2. Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверитьлись в верности нашей стратегии, стр. 32, 35</u> <u>Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 39, 40</u>	Подробнее о политике ведения бизнеса Coca-Cola в России и основных корпоративных документах можно узнать на <u>официальном сайте</u>.
GRI 102	Корпоративное управление		
102-18	Структура корпоративного управления организацией, включая комитеты высшего органа корпоративного управления.	<u>Глава 2. Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверитьлись в верности нашей стратегии, стр. 32</u>	
102-20	Руководитель/руководители, ответственные за решение экономических, экологических и социальных вопросов	<u>Глава 2. Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверитьлись в верности нашей стратегии, стр. 32</u>	
GRI 102	Взаимодействие с заинтересованными сторонами		
102-40	Список групп заинтересованных сторон, с которыми взаимодействует организация	<u>Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 18</u>	
102-41	Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	На отчетный период коллективными договорами охвачены 13,28% сотрудников Coca-Cola НВС Россия. В ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» и АО «Мултон» нет практики коллективного договора по причине отсутствия запроса от сотрудников.
102-42	Описание принципов выявления и отбора заинтересованных сторон для взаимодействия	<u>Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 19</u>	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
102-43	Подход организации к взаимодействию с заинтересованными сторонами	Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 19	Отчет также включает в себя комментарии представителей заинтересованных сторон (партнеров и сотрудников), участвующих в проектах Coca-Cola в России, связанных с устойчивым развитием.
102-44	Ключевые темы/опасения, которые были подняты/высказаны заинтересованными сторонами	Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 18	
102-45	Юридические лица, отчетность которых была включена в консолидированную финансовую отчетность и аналогичные документы	Глава 1. Выпустили новые бескалорийные продукты и стали системообразующим предприятием России, стр. 18	Данные о финансовых результатах можно найти в Интегрированном годовом отчете Coca-Cola HBC AG за 2020 год и в Интегрированном годовом отчете The Coca-Cola Company за 2020 год.
102-46	Методика определения содержания отчета и границ тем	Об отчете, стр. 6	
102-47	Список всех существенных тем, выявленных в процессе определения содержания отчета	Об отчете, стр. 8	
102-48	Переформулировка информации и показателей, опубликованных в предыдущих отчетах, и их причины		Подход к расчету сэкономленной воды был изменен в связи с усовершенствованием процессов отчетности.
102-49	Существенные изменения охвата и границ тем и аспектов по сравнению с предыдущими отчетными периодами	Об отчете, стр. 7	
102-50	Отчетный период	Об отчете, стр. 11	
102-51	Дата публикации предыдущего отчета об устойчивом развитии	Об отчете, стр. 11	
102-52	Цикл отчетности	Об отчете, стр. 11	
102-53	Контактное лицо, к которому можно обратиться с вопросами относительно отчета и его содержания	Контакты и обратная связь, стр. 189	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
102-54	Выбранный организацией вариант подготовки отчета в соответствии с руководством GRI	Об отчете, стр. 11	
102-55	Указатель содержания GRI для выбранного варианта подготовки отчета	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
102-56	Внешнее заверение	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	Coca-Cola в России не практикует заверения отчетов об устойчивом развитии у внешних организаций. Мы проводим открытые общественные обсуждения отчета, эта процедура описана в подразделах «Взаимодействие с заинтересованными сторонами» и «Границы и принципы подготовки отчета».

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 103	Подходы к управлению		
103-1	Раскрываемые темы и их границы	Об отчете, стр. 11	
103-2	Подход к управлению	Глава 2. Продолжили расширять практики устойчивого развития и удостоверились в верности нашей стратегии, стр. 32 Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 39 Глава 6. Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни, стр. 63 Глава 7. Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 76	Подход к управлению представлен в каждом разделе Отчета по каждой существенной теме
103-3	Оценка эффективности подходов к управлению		Оценка эффективности подходов к управлению по каждой из существенных тем раскрыта в соответствующих тематических разделах: в каждом из разделов представлен блок с ключевыми результатами по каждой из существенных тем, а также нарративное объяснение подхода, включая прямую речь ответственных сотрудников или внешних партнеров.

Тематические элементы раскрытия: Экономические

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 202	Присутствие на рынках		
202-1	Отношение стандартной заработной платы начального уровня сотрудников разных полов к установленной минимальной заработной плате в существенных регионах деятельности организации	Глава 10. Развивали и поддерживали наших сотрудников, стр. 114	
GRI 204	Практики закупок		
103	Подход к управлению	Глава 5. Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок, стр. 55	
204-1	Доля расходов на местных поставщиков	Глава 5. Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок, стр. 55	
GRI 205	Противодействие коррупции		
103	Подход к управлению	Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 39	
205-1	Общее количество и процент подразделений, в отношении которых проводились оценки рисков, связанных с коррупцией, и выявленные существенные риски	Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 40	
205-2	Информирование о политиках и методах противодействия коррупции и обучение им	Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 40	
205-3	Подтвержденные случаи коррупции и принятые меры	Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 40	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 206	Недобросовестное деловое поведение		
206-1	Общее число случаев правовых действий в отношении организации в связи с противодействием конкуренции и нарушением антимонопольного законодательства и их результаты	<u>Глава 3. Осуществляли деятельность, основываясь на высоких стандартах корпоративного управления, стр. 40</u>	

Тематические элементы раскрытия: Экологические

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 301	Материалы		
103	Подход к управлению	<u>Глава 7. Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 75</u>	
301-1	Использованные материалы	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	
301-2	Использование переработанных материалов	<u>Глава 7. Снизили производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 75</u>	
GRI 302	Энергия		
103	Подход к управлению	<u>Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 90</u>	
302-1	Энергопотребление внутри организации	<u>Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 91</u> <u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	
302-2	Энергопотребление вне организации	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
302-3	Энергоемкость	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
302-4	Сокращение энергопотребления	Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 91 Дополнительные данные, стр. 155	
302-5	Инициативы по снижению потребностей в энергии при производстве продуктов и услуг	Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 93	
GRI 303 (2018)	Водные ресурсы		
103	Подход к управлению	Глава 9. Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска, стр. 100	
303-1	Вода как разделяемый ресурс	Глава 9. Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска, стр. 102	
303-3	Забор воды	Глава 9. Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска, стр. 104 Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
303-4	Сброс воды	Глава 9. Снизили водопотребление и продолжили заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска, стр. 104 Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
303-5	Водопотребление	<u>Глава 9. Снизил</u> <u>и продолжи</u> <u>заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска, стр. 102</u>	
303-3 (2016)	Общий объем и доля повторно и многократно использованной воды	<u>Глава 9. Снизил</u> <u>и продолжи</u> <u>заботиться о водных ресурсах в регионах повышенного риска, стр. 104</u>	
GRI 304	Биоразнообразие		
304-1	Производственные площадки, находящиеся в собственности, в аренде или под управлением организации и расположенные на охраняемых природных территориях и территориях с высокой ценностью биоразнообразия, находящихся вне границ охраняемых природных территорий, или примыкающие к таким территориям	<u>Глава 7. Снизил</u> <u>и увеличи</u> <u>долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 84</u>	Завод Coca-Cola HBC Россия во Владивостоке расположен в границах водоохранной зоны ручья 5-й Ключ. Общая площадь территории завода — 25 613 м. Предприятие не оказывает негативного влияния на экосистему ручья, что подтверждено соответствующим заключением. Местные органы государственной власти регулярно контролируют соблюдение природоохранного законодательства в водоохранной зоне, в отчетном периоде нарушений и отклонений со стороны компании не выявлено. Другие производственные площадки и подразделения Coca-Cola в России не ведут хозяйственную деятельность на охраняемых природных территориях и территориях с высокой ценностью биоразнообразия вне границ охраняемых природных территорий

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 305	Выбросы		
103	Подход к управлению	Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 93	
305-1	Прямые выбросы парниковых газов (область охвата 1)	Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 93 Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
305-2	Косвенные энергетические выбросы парниковых газов (область охвата 2)	Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 93 Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
305-3	Другие косвенные выбросы парниковых газов (область охвата 3)	Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 93 Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
305-4	Интенсивность выбросов парниковых газов	Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 93 Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
305-5	Сокращение выбросов парниковых газов	<u>Глава 8. Продолжили вносить свой вклад в борьбу с изменением климата, стр. 93</u> <u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	
305-6	Выбросы озоноразрушающих веществ (ОРВ)	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	
305-7	Выбросы в атмосферу NOX, SOX и других значимых загрязняющих веществ	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	
GRI 306 (2016)	Сбросы и отходы		
103	Подход к управлению	<u>Глава 7. Снизил производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 75</u>	
306-1	Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	<u>Глава 7. Снизил производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 76</u>	
306-2	Общая масса отходов с разбивкой по типу и методам обращения	<u>Глава 7. Снизил производственные отходы и увеличили долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 80</u> <u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
306-3	Существенные разливы вредных веществ	<u>Глава 7. Снизил</u><u>и увеличи</u><u>ли долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 76</u> <u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	За весь 2020 год случаев разлива вредных веществ не было, Coca-Cola в России строго следит за соблюдением внутренних регламентов и национального законодательства. Также стоит отметить, что Coca-Cola в России не занималась транспортировкой опасных отходов.
306-4	Транспортировка опасных отходов	<u>Глава 7. Снизил</u><u>и увеличи</u><u>ли долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 76</u> <u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	
306-5	Водные объекты, испытывающие существенное влияние сбросов и/или стоков компании	<u>Глава 7. Снизил</u><u>и увеличи</u><u>ли долю использования переработанного ПЭТ-сырья, стр. 84</u> <u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 307	Соблюдение природоохранного законодательства		
307-1	Денежное значение существенных штрафов и общее число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение экологического законодательства, количество жалоб на воздействие на окружающую среду, поданных, обработанных и урегулированных через официальные механизмы их подачи	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	Существенных штрафов, наложенных за несоблюдение экологического законодательства, в отчетном периоде не было Неденежные санкции за нарушение природоохранного законодательства ни к одной из компаний Coca-Cola в России не применялись Случаев, касающихся механизмов разрешения споров и жалоб на воздействие на окружающую среду в Coca-Cola в России в отчетном периоде не зафиксировано
GRI 308	Экологическая оценка поставщиков		
103	Подход к управлению	<u>Глава 5. Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок, стр. 54</u>	
308-1	Экологическая оценка новых поставщиков	<u>Глава 5. Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок, стр. 59</u>	
308-2	Негативное воздействие на окружающую среду по цепочке поставок и принятые меры	<u>Глава 5. Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок, стр. 59</u>	Количество случаев

Тематические элементы раскрытия: Социальные

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 401	Занятость		
401-1	Общее количество нанятых сотрудников и текучесть кадров	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
401-2	Льготы, которые предоставляются сотрудникам, работающих на условиях полной занятости	Глава 10. Развивали и поддерживали наших сотрудников, стр. 114 Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	
GRI 402	Отношения между сотрудниками и руководством		
402-1	Минимальный период уведомления сотрудников в отношении существенных изменений в деятельности организации	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	Минимальный период уведомления составляет 2 месяца. Период уведомления закреплён в договорах, включая коллективные договора
GRI 403 (2018)	Здоровье и безопасность на рабочем месте		
103	Подход к управлению	Глава 11. Наше производство стало еще безопаснее, стр. 124	
403-1	Система управления охраной здоровья и безопасностью на рабочем месте	Глава 11. Наше производство стало еще безопаснее, стр. 127	
403-4	Участие персонала в системе охраны здоровья и безопасности на рабочем месте, включая их информирование и коммуникацию	Глава 11. Наше производство стало еще безопаснее, стр. 129	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
403-5	Обучение работников по охране труда и технике безопасности на рабочем месте	Глава 11. Наше производство стало еще безопаснее, стр. 129	
403-7	Предотвращение и смягчение воздействия на здоровье рабочего процесса	Глава 11. Наше производство стало еще безопаснее, стр. 124	
403-8	Доля сотрудников и других работников, охваченных программами по охране труда и управлению безопасностью	Глава 11. Наше производство стало еще безопаснее, стр. 130	
403-9	Производственные травмы	Глава 11. Наше производство стало еще безопаснее, стр. 125	
GRI 404	Обучение и развитие		
103	Подход к управлению	Глава 10. Развивали и поддерживали наших сотрудников, стр. 112	
404-1	Среднее количество часов обучения на человека в год	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133, 155	
404-2	Программы развития навыков и программы адаптации при переводе на другую работу или завершении карьеры	Глава 10. Развивали и поддерживали наших сотрудников, стр. 112	
404-3	Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры в разбивке по полу и категориям	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 405	Разнообразие и равные возможности		
405-1	Состав руководящих органов и персонала в целом с разбивкой по полу и возрасту	<u>Глава 10. Развивали и поддерживали наших сотрудников, стр. 118</u> <u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	
GRI 406	Отсутствие дискриминации		
406-1	Отсутствие дискриминации на рабочем месте	<u>Глава 5. Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок, стр. 59</u> <u>Глава 10. Развивали и поддерживали наших сотрудников, стр. 118</u>	Количество случаев
GRI 407	Свобода ассоциаций и ведения коллективных переговоров		
407-1	Выявленные подразделения и поставщики, у которых право на использование свободы ассоциации и ведение коллективных переговоров может нарушаться или подвергаться существенному риску, и действия, предпринятые для поддержки этих прав	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	В отчетном периоде в компаниях Coca-Cola в России и у действующих поставщиков таких случаев не выявлено
GRI 408	Детский труд		
408-1	Выявленные подразделения и поставщики, в отношении которых имеется высокий риск использования детского труда	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	В отчетном периоде в компаниях Coca-Cola в России и у действующих поставщиков таких случаев не выявлено

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 409	Принудительный или обязательный труд		
409-1	Выявленные подразделения и поставщики, в отношении которых имеется существенный риск использования принудительного или обязательного труда	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	В отчетном периоде в компаниях Coca-Cola в России и у действующих поставщиков таких случаев не выявлено
GRI 411	Права коренных народов		
411-1	Выявленные случаи нарушения прав коренных малочисленных народов	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	В отчетном периоде в компаниях Coca-Cola в России и у действующих поставщиков таких случаев не выявлено
GRI 414	Оценка поставщиков по социальным критериям		
103	Подход к управлению	<u>Глава 5. Нацелены на развитие устойчивой цепи поставок и локализацию закупок, стр. 53</u>	
414-1	Оценка новых поставщиков по социальным критериям	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	100% новых поставщиков ингредиентов и материалов Coca-Cola в России прошли оценку по социальным критериям
414-2	Негативные социальные последствия в цепочке поставок и принятые меры	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	При оценке поставщиков Coca-Cola в России, негативных социальных последствий в цепочке поставок не выявлено

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 416	Здоровье и безопасность потребителя		
103	Подход к управлению	Глава 6. Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни, стр. 68	
416-1	Оценка воздействия продуктов на здоровье и безопасность	Глава 6. Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни, стр. 69	
416-2	Случаи несоблюдения требований в отношении воздействия продуктов	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	В отчетном периоде случаев несоблюдения требований в отношении воздействия продуктов не выявлено
GRI 417	Маркетинг и упаковка		
103	Подход к управлению	Глава 6. Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни, стр. 68	
417-1	Информация на упаковке	Глава 6. Расширили ассортимент продукции и предложили инновационные продукты для сбалансированного образа жизни, стр. 71	
417-2	Случаи несоблюдения требований в отношении информации о продуктах, размещенной на упаковке	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	В отчетном периоде случаев несоблюдения требований в отношении информации о продуктах, размещенной на упаковке не выявлено
417-3	Случаи несоответствия маркетинговых коммуникаций действительной информации о продуктах	Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133	В отчетном периоде случаев несоответствия маркетинговых коммуникаций действительной информации о продукции не выявлено

Показатель	Название показателя	Раздел отчета 2020	Примечания и дополнительная информация
GRI 418	Конфиденциальность потребителя		
418-1	Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	В отчетном периоде жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни и утери данных о потребителях, не поступало
GRI 419	Социально-экономические обязательства		
419-1	Денежная сумма существенных штрафов, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований в социальной и экономической областях	<u>Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2020 год Руководству GRI Standards и дополнительные данные, стр. 133</u>	В отчетном периоде отсутствовали существенные штрафы, наложенные за несоблюдение законодательства и нормативных требований в социальной и экономической областях

2. Дополнительные данные

Таблица 1. Динамика изменения количества бутылок с потенциальным дефектом

	2018	2019	2020
Количество бутылок с потенциальным дефектом	9 469	2 339	945

Таблица 2. Динамика изменения индекса DIFOTAI

	2016	2017	2018	2019	2020
Индекс DIFOTAI	98,16%	97,27%	95,69%	97,13%	97,52%

Таблица 3. GRI FP-6. Доля напитков без добавленного сахара и с низким содержанием сахара и калорий в объеме продаж всего портфеля газированных напитков Coca-Cola в России

	2019	2020
Доля напитков без добавленного сахара и с низким содержанием сахара и калорий в объеме продаж всего портфеля газированных напитков	28%	29%

Таблица 4. Структура закупок сельскохозяйственного сырья АО «Мултон» *

	2019		2020	
Товар	Количество производителей по категории	Из них местных (российских) производителей	Количество производителей по категории	Из них местных (российских) производителей
Яблочное концентрированное пюре	7	2	5	3
Яблочный концентрированный сок	14	3	10	3
Томатное концентрированное пюре	4	1	4	1
Грушевое концентрированное пюре	5	0	3	0
Грушевый концентрированный сок	3	0	3	0
Морковное пюре	2	0	2	1
Сливовое концентрированное пюре	1	0	1	0
Ягодный концентрированный сок и пюре + мед	13	3	13	3
Всего поставщиков сельскохозяйственного сырья	91		99	
Всего местных поставщиков	9		11	

* АО «Мултон» отвечает в Coca-Cola в России за соковое направление и использует следующие виды сельскохозяйственного сырья для производства своей продукции

Таблица 5. GRI 102-7, GRI 102-8. Информация о сотрудниках и других работниках

Показатель		Соса-Cola в России	Соса-Cola НВС Россия	АО «Мултон»	ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»
GRI 102-8 a,b,c	Общее количество сотрудников	6 831	6 117	652	62
	Штатных сотрудников	6 831	6 117	652	62
	Постоянных сотрудников	6 750	6 041	649	60
	Сотрудников на условиях полной занятости	6 098	6 098	652	62
	Сотрудников на условиях частичной занятости	19	19	0	0
GRI 102-8 d	Привлечение других работников (не сотрудников) на значительную часть деятельности компании	Нет	Нет	Нет	Нет
GRI 102-8 e	Значительные сезонные колебания в численности сотрудников	Нет	Нет	Нет	Нет

Таблица 6. GRI 401, GRI 404, GRI 405. Показатели занятости и развития сотрудников

Показатель		Соса-Cola в России	Соса-Cola HBC Россия	АО «Мултон»	ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»
GRI 401	Занятость				
401-1	Новых сотрудников	696	669	23	4
401-2	Текучесть кадров*		11,94%	7,7%	8%
GRI 404	Обучение и развитие				
404-1	Среднее количество часов обучения на человека в год	26,4	28,8	1,9	40
GRI 405	Равенство возможностей				
405-1	Доля женщин в высшем руководстве	46%	41%	60%	64%

* Информация о текучести кадров по полу, регионам и возрасту — н/д.

Таблица 7. GRI 102-8а, 102-8б. Все сотрудники в разбивке по полу, типу договора о найме и региону, чел.

Coca-Cola HBC Россия	2020	
	Постоянный договор	Временный договор
По полу:		
Мужчины	4 066	51
Женщины	1 975	25
По региону:		
Центральный офис	1 547	20
Центральный регион	736	5
Московский регион	1 160	12
Сибирь и Дальний Восток	834	11
Южный регион	929	13
Северо-Западный регион	435	8
Уральский регион	400	6
Всего	6 042	75

АО «Мултон»	2020	
	Постоянный договор	Временный договор
По полу:		
Мужчины	330	3
Женщины	319	0
По региону:		
Московский регион	630	3
Северо-Западный регион	19	0
Всего	649	3

ООО «Кока-Кола Софт Дринк»*	2020	
	Постоянный договор	Временный договор
Мужчины	20	
Женщины	40	2
Всего	60	2

Соса-Cola в России	2020	
	Постоянный договор	Временный договор
Мужчины	4 416	54
Женщины	2 334	27
Всего	6 750	81

* В «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» сотрудники работают в одном регионе — Московском.

Таблица 8. GRI 102-8с Все сотрудники в разбивке по типу занятости и полу, чел.

Coca-Cola HBC Россия	2020	
	Полная	Частичная
Мужчины	4 112	4
Женщины	1 986	15
Всего	6 098	19

АО «Мултон»	2020	
	Полная	Частичная
Мужчины	333	
Женщины	319	
Всего	652	0

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	2020	
	Полная	Частичная
Мужчины	20	
Женщины	42	
Всего	62	0
Соса-Cola в России	2020	
	Полная	Частичная
Мужчины	4 465	4
Женщины	2 347	15
Всего	6 812	19

Таблица 9. GRI 401-1. Сотрудники, нанятые в отчетном периоде, в разбивке по возрасту, полу и региону

Coca-Cola HBC Россия	2020	
	Количество новых сотрудников, чел.	Доля новых сотрудников от общего количества, %
По полу:		
мужчин	432	65
женщин	237	35
По возрасту:		
до 30 лет	362	54
30-50 лет	296	44
старше 50 лет	11	2
По региону:		
Московский регион	169	25
Северо-Западный регион	110	16
Московский регион	102	15
Сибирь и Дальний Восток	112	17
Южный регион	83	12
Северо-Западный регион	34	5
Уральский регион	59	9
Всего	669	10,9

АО «Мултон»	2020	
	Количество новых сотрудников, чел.	Доля новых сотрудников от общего количества, %
По полу:		
мужчин	13	57
женщин	10	43
По возрасту:		
до 30 лет	10	43
30-50 лет	13	57
старше 50 лет	0	0
По региону:		
Московский регион	22	4
Северо-Западный регион	1	96
Всего	23	3,5

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	2020	
	Количество новых сотрудников, чел.	Доля новых сотрудников от общего количества, %
По полу:		
мужчин	1	25
женщин	3	75
По возрасту:		
до 30 лет	2	50
30-50 лет	2	50
старше 50 лет	0	
Всего	4	6,4

Coca-Cola в России	2020	
	Количество новых сотрудников, чел.	Доля новых сотрудников от общего количества, %
По полу:		
мужчин	446	64
женщин	250	36
По возрасту:		
до 30 лет	374	54
30-50 лет	311	45
старше 50 лет	11	2
Всего	696	10,2

Таблица 10. GRI 404-1. Среднее количество часов обучения на человека в разбивке по полу и категориям сотрудников

Соса-Cola НВС Россия	2020
	Среднее количество часов обучения
По полу:	
мужчин	35,15
женщин	15,80
По категориям:	
Высшее руководство	12,60
Среднее руководство	32,85
Специалисты	37,64
Рабочие	14,66
Всего среднее количество часов на одного сотрудника	28,82

АО «Мултон»	2020
	Среднее количество часов обучения
По полу:	
мужчин	0,92
женщин	2,98
По категориям:	
Высшее руководство	11,45
Среднее руководство	13,94
Специалисты	0,59
Рабочие	0
Всего среднее количество часов на одного сотрудника	1,97

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	2020
	Среднее количество часов обучения
По полу:	
мужчин	40
женщин	40
По категориям:	
Высшее руководство	47,5
Среднее руководство	25
Специалисты	20
Всего среднее количество часов на одного сотрудника	40

Таблица 11. GRI 404-3 Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры в разбивке по полу и категориям*

Coca-Cola HBC Россия	2020	
	Количество сотрудников, для которых периодически проводятся оценки результативности и развития карьеры, чел.	Доля сотрудников, для которых периодически проводятся оценки результативности и развития карьеры *, %
По полу:		
Мужчины	2 392	60
Женщины	1 590	40
Всего	3 982	100
В разбивке по категориям:		
Высшее руководство (грейды 10 и выше)	357	9
Среднее руководство (грейды 9 и ниже)	964	24
Специалисты (грейды с 6-го по 8-й)	2 489	63
Рабочие (грейды с 1-го по 5-й)	172	4
Всего	3 982	100

* От общего количества сотрудников

АО «Мултон»	2020	
	Количество сотрудников, для которых периодически проводятся оценки результативности и развития карьеры, чел.	Доля сотрудников, для которых периодически проводятся оценки результативности и развития карьеры, %
По полу:		
Мужчины	68	37
Женщины	117	63
Всего	185	100
В разбивке по категориям:		
Высшее руководство (грейды 10 и выше)	62	34
Среднее руководство (грейды 9 и ниже)	33	18
Специалисты (грейды с 6-го по 8-й)	84	45
Рабочие (грейды с 1-го по 5-й)	6	3
Всего	185	100

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	2020	
	Количество сотрудников, для которых периодически проводятся оценки результативности и развития карьеры, чел.	Доля сотрудников, для которых периодически проводятся оценки результативности и развития карьеры, %
По полу:		
Мужчины	20	32,3
Женщины	42	67,7
Всего	62	100
В разбивке по категориям:		
Высшее руководство (грейды 10 и выше)	44	71
Среднее руководство (грейды 9 и ниже)	10	16
Специалисты (грейды с 6-го по 8-й)	8	13
Рабочие (грейды с 1-го по 5-й)	0	н/а
Всего	62	100

Таблица 12. GRI 405-1 Разбивка сотрудников по категориям, полу и возрасту, %*

Соса-Кола НВС Россия	Высшее руководство (6%*)	Среднее руководство (7%*)	Специалисты (57%*)	Рабочие (30%*)
По полу:				
мужчин	58,5	62	62	81
женщин	41,5	38	38	19
По возрасту:				
до 30 лет	7	21	39	19
30-50 лет	90	74	58	63
старше 50 лет	3	5	3	18

* От общего количества сотрудников

АО «Мултон»	Высшее руководство (10%*)	Среднее руководство (5%*)	Специалисты (26%*)	Рабочие (59%*)
По полу:				
мужчин	40	38	47	52
женщин	60	62	53	48
По возрасту:				
до 30 лет	6	26	15	14
30-50 лет	85	59	65	57
старше 50 лет	8	15	20	29

* От общего количества сотрудников

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	Высшее руководство (71%*)	Среднее руководство (16%*)	Специалисты 13%*)
По полу:			
мужчин	36	40	0
женщин	64	60	100
По возрасту:			
до 30 лет	9	20	13
30-50 лет	84	80	88
старше 50 лет	7	0	0

* От общего количества сотрудников

Таблица 13. GRI 306-5. Распределение неопасных отходов по категориям, тонн

	2018	2019	2020
Повторное использование	3 104	3 726	2 134
Многократное использование	8 366,6	7 836	8 879
Выделение ценных компонентов, включая выделение энергии	57,6	58,5	20
Размещение на полигоне	1 868,2	1 453,4	1 090
Всего	13 397	13 074	12 123

Рисунок 1. GRI 306-5 Общий объем опасных отходов, тонн

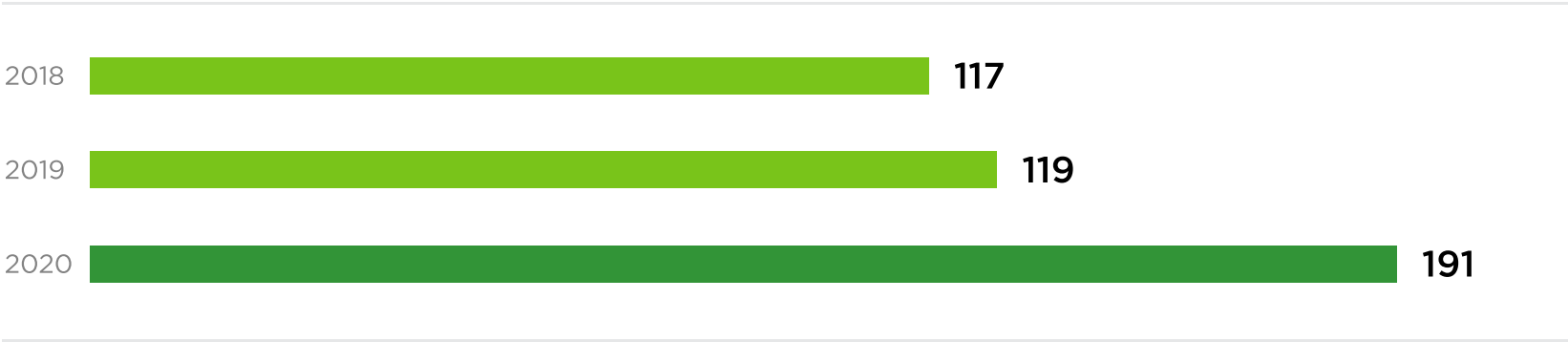


Таблица 14. GRI 306-3. Распределение опасных отходов по категориям, тонн

	2018	2019	2020
Всего	117	119	191
Многократное использование	116,9	119,4	191

Таблица 15. GRI 306-3. Образование отходов, тонн

	2018	2019	2020
I. Повторное использование			
Опасные отходы	0	0	0
Неопасные отходы	3 104,4	3 726	2134
II. Многократное использование			
Опасные отходы	117	119,4	191
Неопасные отходы	8 366,6	7 836	8 879
III. Компостирование			
Опасные отходы	0	0	0
Неопасные отходы	0	0	0
IV. Выделение ценных компонентов, включая выделение энергии			
Опасные отходы	0	0	0
Неопасные отходы	57,6	58,5	20
V. Сжигание общей массой			
Опасные отходы			
Неопасные отходы			

	2018	2019	2020
VI. Закачка в глубокие подземные горизонты			
Опасные отходы	0	0	0
Неопасные отходы	0	0	0
VII. Размещение на полигоне			
Опасные отходы	0	0	0
Неопасные отходы	1 868,2	1 453,4	1 090
VIII. Хранение на площадке предприятия			
Опасные отходы			
Неопасные отходы			
IX. Иной метод удаления (определяется самой организацией)			
Опасные отходы			
Неопасные отходы			
Итого			
Опасные отходы	116,9	119,4	191
Неопасные отходы	13 396,9	13 073,9	12 123

Таблица 16. GRI 301-1. Количество упаковки, выпущенной на рынок Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» на 31 декабря 2020 года

Фракции, в тоннах	2018	2019	2020
Упаковка металлическая из стали	135,23	129,50	117,95
Упаковка металлическая из алюминия (Alum Can)	4 718,31	5 032,11	5 535,38
Упаковка полимерная, ПЭТ	44 296,35	43 042,53	42 823,57
Упаковка полимерная, прочее	8 046,03	12 696,93	12 105,53
Упаковка из бумаги и негофрированного картона	22 233,40	191 141,21	16 919,74
Упаковка стеклянная	13 486,22	14 268,02	12 995,93

Дополнительные данные по охране окружающей среды*

GRI 301. МАТЕРИАЛЫ	GRI	2018	2019	2020
УПАКОВКА	301-1	тонн	тонн	тонн
ПЭТ-бутылки		-	44 376	41 315
Пластик (крышки)		-	5 930	5 599
Металл (крышки)		-	144	118
PE (этикетки и термоусадочная пленка)		-	6 392	6 746
Стеклянные бутылки		-	14 565	14 020
Алюминиевые банки		-	6 117	6 313
Бумага (этикетки)		-	133	89
Упаковка из композитных материалов (Tetra Pak и др.)		-	19 072	17 401
Картон		-	16 668	15 567
Дерево (паллеты)		-	12 055	14 502
Всего материалов, пригодных к переработке/повторному использованию	301-1	-	19 567	20 498
Всего материалов, непригодных к переработке/повторному использованию	301-1	-	101 143	97 187
Доля использованных переработанных материалов	301-2	-	19%**	21,09%

* Данные в настоящем разделе охватывают Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон»

** Средний процент

GRI 302. ЭНЕРГИЯ		2018		2019		2020	
	GRI	млн МДж	МДж/л готовой продукции	млн МДж	МДж/л готовой продукции	млн МДж	МДж/л готовой продукции
Энергопотребление внутри организации (заводы, собственный автопарк, склады и непроизводственные подразделения)	302-1	1 846,07	0,80	1 678,52	0,74	1 555,63*	0,67
Потребление углеводородного топлива на заводах		624,00	0,273	621,04	0,272	570,92	0,247
Легкое углеводородное топливо		2,41	0,0010	16,23	0,0071	17,25	0,0075
Тяжелое углеводородное топливо		15,30	0,0066	0		0	
Природный газ		559,04	0,2420	560,56	0,25	511,77	0,22
Сжиженный углеводородный газ		47,25	0,0205	44,24	0,02	41,904	0,02
Автомобильное топливо, собственный автопарк		512,38	0,2218	415,65	0,18	321,01	0,14
Энергопотребление — склады и непроизводственные подразделения		153,25	0,07	114,90	0,05	146,99	0,06
Электричество из невозобновляемых источников		45,88	0,02	22,98	0,01	26,73	0,01
Тепловая энергия (отопление)		27,98	0,012	10,49	0,005	0	0,00
Легкое углеводородное топливо		79,38	0,034	81,43	0,036	120,26	0,05
Потребление электричества (на производствах)		530,18	0,23	503,05	0,22	495,14	0,21
Электричество из невозобновляемых источников		530,18	0,23	503,05	0,22	495,14	0,21
Тепловая энергия (отопление)		24,11	0,01	22,79	0,01	21,47	0,01
Пар		0		0		0	

* Данные охватывают заводы Coca-Cola в России (Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон»).

GRI 302. ЭНЕРГИЯ		2018		2019		2020	
	GRI	млн МДж	МДж/л готовой продукции	млн МДж	МДж/л готовой продукции	млн МДж	МДж/л готовой продукции
Тепловая энергия из возобновляемых источников		2,149	0,00093	1,09	0,00048	0,1	0,00
Произведенная биогенная энергия		2,149	0,00093	1,09	0,00048	0,1	0,00
Использованная биогенная энергия		2,149	0,00093	1,09	0,00048	0,1	0,00
Энергопотребление вне организации	302-2	3 781,68		3 577,68		3 562,96	
Электричество, потребленное торговым холодильным оборудованием		3 213,79		3 018,50		2 872,62	
Потребление топлива, авиаперелеты		н/д		н/д		н/д	
Потребление топлива автотранспортом подрядчиков		567,89		559,18		690,34	
Энергоемкость заводов Coca-Cola в России, включая электричество, органическое топливо, отопление	302-3	1 180,44	0,51	1 147,97	0,50	1 065,52	0,46
Сокращение энергопотребления на заводах Coca-Cola в России	302-4	17,70		32,48		82,45	
Общее количество сэкономленной энергии за счет использования энергоэффективного холодильного оборудования i-Cooler/EMD		1 252,07		1 428,64		1 167,52	

GRI 303 (2018). ВОДА * Доп. GRI 306 СБРОСЫ и ОТХОДЫ (306-5)		2018		2019		2020	
	GRI	млн литров	л/л готовой продукции	млн литров	л/л готовой продукции	млн литров	л/л готовой продукции
Водопотребление в разбивке по источникам водозабора	303-5	4 275,35	1,85	4 179,96	1,83	4 193,84	1,81
Вода из муниципальных источников		2 494,92		2 492,89		2 525,39	
Вода из скважины		1 780,43		1 687,07		1 668,45	
Вода из поверхностных источников		0		0		0	
Дождевая вода		0		0		0	
Всего, забор свежей воды (≤1 мг/л общая минерализация)		4 275,35		3 928,65		3 959,59	
Всего, другое (>1 мг/л общая минерализация)		0		251,31		234,25	
Повторно используемая вода		389		376,54		359,131	
Доля повторно использованной воды от общего водопотребления, %		9,07%		9,01%		8,6%	
Водные объекты, на которые оказывает существенное влияние водозабор организации	303-2	Нет		Нет		Нет	
Отведение сточных вод, всего	303-4	1 915,22		2 048,01		2 073,37	
Поверхностные источники, водоемы		239,79		257,15		231,34	
Подземные источники, грунтовые воды		0		0		0	
Морские водоемы		0		0		0	
Коммунальная канализация		1 675,43		1 790,86		1 842,03	

* Данные охватывают заводы Coca-Cola в России (Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон»).

GRI 305. ВЫБРОСЫ		2018		2019		2020	
	GRI	тонн CO ₂ -экв.	г CO ₂ -экв. / л	тонн CO ₂ -экв.	г CO ₂ -экв. / л	тонн CO ₂ -экв.	г CO ₂ -экв. / л
Прямые выбросы парниковых газов (область охвата 1)	305-1	81 014	35,07	67 882	29,73	59 183	25,61
CO ₂ в результате энергопотребления заводов (область охвата 1)	305-1	32 239	13,96	31 992	14,01	30 085	13,18
CO ₂ , собственный автопарк	305-1	35 249	15,26	28 592	12,52	22 044	9,65
Выбросы хладагентов из торгового холодильного оборудования (CO ₂ -экв.)	305-1	2 341	1,01	2 010	0,88	1 568	0,69
Потери CO ₂ в результате карбонизации продукции	305-1	5 610	2,43	4 667	2,04	4 597	2,01
CO ₂ в результате энергопотребления, склады и непроизводственные подразделения (область охвата 1)	305-1	5 575	2,41	622	0,27	890	0,39
Косвенные энергетические выбросы парниковых газов (область охвата 2)	305-2	58 520	25,33	50 432	22,09	49 686	21,76
CO ₂ в результате потребления электроэнергии заводами (область охвата 2)	305-2	52 723	22,82	48 978	21,45	48 210	21,11
CO ₂ в результате потребления тепла и холода (область охвата 2)	305-2	1 234	0,53	1 166	0,51	1 104	0,48
CO ₂ в результате потребления электроэнергии — склады и непроизводственные подразделения (область охвата 2)	305-2	4 563	1,98	288	0,13	372	0,16

*Здесь и далее в областях охвата 2 и 3 использован рыночный принцип (market-based).

GRI 305. ВЫБРОСЫ		2018		2019		2020	
	GRI	тонн CO ₂ -экв.	г CO ₂ -экв. / л	тонн CO ₂ -экв.	г CO ₂ -экв. / л	тонн CO ₂ -экв.	г CO ₂ -экв. / л
Выбросы парниковых газов, всего (область охвата 1 и 2)		139 535	60,40	118 314	51,82	108 870	47,11
Выбросы парниковых газов в результате операционной деятельности заводов, по области охвата 1 и 2		91 807	39,74	86 803	38,02	84 996	36,79
Другие не прямые выбросы парниковых газов (область охвата 3)	305-3	959 739	415,47	891 215	390,33	855 281,47	370,09
CO ₂ в результате использования электричества торговым холодильным оборудованием (область охвата 3)		319 594	138,35	293 884	128,71	277 684,35	120,15
CO ₂ в упаковке (Cradle-to-Gate)		260 460	112,75	229 324	100,44	223 067,07	96,52
CO ₂ в сахаре и соковых концентратах (область охвата 3)		324 525	140,49	306 566	134,27	278 769,75	120,63
CO ₂ в результате использования транспорта третьих лиц		40 967	17,73	44 552	17,67	57 583,21	24,92
CO ₂ в результате потребления электроэнергии — аутсорсинговые услуги		н/д		1 950		2 231,35	0,97
CO ₂ в результате перелетов		н/д		н/д		н/д	
CO ₂ от карбонизации продукции (область охвата 3)		14 194	6,14	14 939	6,54	15 946	6,90
Интенсивность выбросов парниковых газов (область охвата 1, 2 и 3)	305-4	1 099 274	475,88	1 009 530	442,15	964 50	417,2
Сокращение выбросов парниковых газов в результате программ по снижению углеродного следа	305-5	124 512		139 094		113 200	
Выбросы озоноразрушающих веществ ХФУ и ГХФУ	305-6	0		0		0	
Другие существенные выбросы в атмосферу NO _x , SO ₂ , твердые частицы	305-7	н/д		н/д		н/д	

GRI 306 СБРОСЫ И ОТХОДЫ (306-2, 306-3, 306-4) (2016)		2018		2019		2020	
	GRI	Тонн	Г / л готовой продукции	Тонн	Г / л готовой продукции	Тонн	Г / л готовой продукции
Всего отходов (опасные и неопасные)	306-2	13 513,79	5,85	13 194,20	5,78	12 313,93	5,33
Количество неопасных отходов, направленных на переработку	306-2	8 366,62	3,62	7 836,03	3,43	8 878,64	3,84
Количество повторно использованных неопасных отходов	306-2	3 104,42	1,34	3 725,96	1,63	2 133,88	0,92
Количество неопасных отходов, направленных на сжигание без извлечения энергии	306-2	0		0		0	
Количество неопасных отходов, направленных на сжигание с извлечением энергии	306-2	57,62	0,02	58,49	0,03	20,14	0,01
Количество отходов, направленных на компостирование	306-2	0		0		0	
Количество неопасных отходов, направленных на размещение на полигон	306-2	1 868,23	0,81	1 453,42	0,64	1 089,86	0,47
Количество неопасных отходов, направленных на переработку и утилизацию с извлечением энергии	306-2	11 528,66	4,99	11 620,48	5,09	11 032,65	4,77
Доля отходов, направленных на переработку и утилизацию с извлечением энергии (%)	306-2		85,31%		88,07%	91,09	
Опасные отходы	306-2	116,90	0,051	120,30	0,053	191,42	0,83
Опасные отходы, направленные на переработку	306-2	116,90		119,43		191,42	
Опасные отходы, направленные на обезвреживание и утилизацию	306-2	0		0,88		0	
Проливы химических веществ, топлива	306-3	0		0		0	
Транспортировка опасных отходов	306-4	Coca-Cola в России не занимается транспортировкой опасных отходов					

КОНТАКТЫ И ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

GRI 102-53. Ваша обратная связь помогает нам повышать качество представления нефинансовой отчетности и эффективность деятельности Coca-Cola в России в целом. Чтобы поделиться своим мнением или задать вопросы по поводу представленного отчета, вы можете связаться с нами любым удобным способом. Будем рады вашим вопросам, мнениям и пожеланиям! Все они будут учтены при подготовке следующего отчета об устойчивом развитии.

СТРАНИЦЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ДЛЯ ОТПРАВКИ СООБЩЕНИЙ

coca-cola.ru/contacts
ru.coca-colahellenic.com/ru/contact-us
multon.ru/contacts

ССЫЛКИ ДЛЯ ПОИСКА КОНТАКТНОЙ ИНФОРМАЦИИ НА САЙТАХ COCA-COLA В РОССИИ

ru.coca-colahellenic.com
coca-cola.ru
multon.ru



ПОЧТОВЫЕ АДРЕСА

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

Россия, 121552, г. Москва, ул. Ярцевская, д. 19, блок Б

ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия»

Россия, 108811, г. Москва, п. Московский, 22-й км
Киевского ш., домовл. 6, стр. 1

АО «Мултон»

Россия, 111141, г. Москва, ул. Плеханова, д. 7