Coca-Cola в России

15 ШАГОВ К БОЛЕЕ УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ COCA-COLA В РОССИИ В 2019 ГОДУ

ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ

Содержание

Обращение руководства Coca-Cola в России

Об отчете

7 Что вы узнаете из отчета
7 Существенные темы
13 Границы и принципы подготовки отчета
13 Ограничения

Шаг 1

Повысили эффективность бизнеса

19 Coca-Cola в России и в мире
21 Портфель напитков
23 Ключевые события года
25 Культура снижения рисков
29 Развитие регионов
33 Награды
35 Участие в профессиональных ассоциациях
37 Взаимодействие с заинтересованными сторонами
39 Общественно значимые инициативы

Шаг 2

Расширили практики устойчивого развития

44 Стратегия устойчивого развития: приоритеты, цели, прогресс
51 Управление устойчивым развитием
53 Что нам удалось: ключевые результаты 2019 года

Как это было

67 Менеджеры по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами Coca-Cola в России об итогах года

Шаг 3

От раздельного сбора — к стране без отходов

76 **Что нам удалось в 2019 году**
77 Производственные отходы: снизили объем более чем на 300 тонн
78 Вторичное сырье: последовательно увеличиваем долю использования переработанного пластика
80 Раздельный сбор отходов: запустили новые форматы и установили еще больше контейнеров
82 Чистые берега: избавили от мусора более 14 км береговых линий
89 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Как это было

90 Как Coca-Cola в России помогает Казани стать первым в стране городом без отходов

Шаг 4

Сделали правила деловой этики более четкими и понятными

101 **Что нам удалось в 2019 году**
103 Деловая этика: усилили обучение антикоррупционной политике
105 Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора
109 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 5

Увеличили долю закупок сельскохозяйственного сырья в соответствии с принципами устойчивого развития

113 **Что нам удалось в 2019 году**
114 Более половины сырья для сокового производства закупили в России
116 Среди наших партнеров стало больше устойчивых производителей
117 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 6

Вошли в число стран-лидеров по качеству продукции

122 **Что нам удалось в 2019 году**
123 «Матрица зрелости»: мы в десятке лучших по качеству продукции
124 Управление качеством: свели количество дефектов к минимуму
125 Стали одними из лучших по индексу культуры качества и пищевой безопасности
126 Аудиты поставщиков: усовершенствовали процессы отбора
126 Качество доставки: улучшили сервис
127 Обращения и жалобы: усилили систему проверки
128 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 7

Ответственное потребление: меньше сахара, больше прозрачности

132 **Что нам удалось в 2019 году**
133 Снизили количество сахара в напитках и уменьшили объем упаковки
135 Выпустили больше новых напитков со сниженным содержанием сахара
138 «Светофорная» маркировка: следить за рационом стало еще легче
140 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 8

Значительно уменьшили углеродный след

144 **Что нам удалось в 2019 году**
145 Снизили выбросы парниковых газов
147 Потребляем меньше энергии
149 Используем меньше моторного топлива
151 Поставили еще больше экологически безопасных холодильников
152 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 9

Сберегли еще больше воды

156 **Что нам удалось в 2019 году**
157 Снизили удельное водопотребление
157 Внедрили инновации для повторного использования воды
159 Заботимся о водных ресурсах в зонах повышенного риска
159 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 10

У нас стало интереснее и комфортнее работать

163 **Что нам удалось в 2019 году**
165 Вовлеченность: вернулись к историческому максимуму
166 Здоровье и баланс: сделали условия работы еще более комфортными
168 Благополучие: сохраняем конкурентный уровень зарплат, льгот и компенсаций
173 Гендерное равенство: ищем баланс
176 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 11

Повысили стандарты безопасности и охраны труда

180 **Что нам удалось в 2019 году**
181 Безопасность на производстве: вдвое уменьшили число несчастных случаев
187 Транспортная безопасность: снизили аварийность на 34%
189 Пожарная безопасность: проинструктировали более 5 000 сотрудников
191 Безопасность партнеров: провели 963 аудита подрядчиков
192 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 12

Вывели культуру волонтерства на новый уровень

196 **Что нам удалось в 2019 году**
197 Корпоративное волонтерство: создали больше возможностей для добрых дел в рабочее время
199 Донорство: сдали 163 литра крови
202 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 13

Поддержали тысячи молодых специалистов в развитии карьеры

206 **Что нам удалось в 2019**
207 Работа с потенциальными сотрудниками: охватили более 50 000 человек
211 «Youth Empowered — Твой путь к успеху»: помогли 10 000 молодых людей развить деловые и социальные навыки
212 Поддержали Международный чемпионат профессионального мастерства WorldSkills в Казани
214 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 14

Открыли больше возможностей людям с особыми потребностями

217 **Что нам удалось в 2019 году**
218 Инклюзивные экскурсии: трансформируем инфраструктуру и культуру
220 Инклюзивные праздники: собрали более 3 000 подростков на «Рождественском караване Coca-Cola»
222 Инклюзивный спорт: укрепили партнерство со Специальной Олимпиадой России и открыли три новых игровых парка
224 Трудоустройство на равных: разрабатываем системные решения
225 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

Шаг 15

Помогли пострадавшим в стихийных бедствиях

230 **Что нам удалось в 2019 году**
231 Доставили воду пострадавшим от наводнений в Иркутской области
233 Пришли на помощь там, где это было необходимо
235 Присоединились к движениям фудсейвинга и фудшеринга
236 **Что мы планируем сделать в 2020 году**

237 **Благодарности**
239 **Контакты и обратная связь**
240 **Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные**

Обращение руководства Coca-Cola в России

Александар Ружевич
генеральный директор
Coca-Cola HBC Россия

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

Дорогие друзья!

Мы впервые обращаемся к вам от имени руководства Coca-Cola в России в столь непривычной ситуации и в непростое для всего мира время. Пандемия COVID-19 на глазах меняет экономику и трансформирует способы ведения бизнеса по всему миру. И хотя мир столкнулся с этим вызовом в 2020 году, вне рамок отчетного периода, мы не можем обойти эту тему стороной.

Забота о здоровье и безопасности наших сотрудников, клиентов, партнеров и потребителей всегда была и остается нашим главным приоритетом. Мы с самого начала следим за развитием ситуации, своевременно принимаем необходимые меры профилактики и гигиены в офисах и на всех наших предприятиях, тщательно соблюдая рекомендации Правительства и органов здравоохранения. Сотрудники, чьи обязанности напрямую связаны с производством, продажей и доставкой нашей продукции, продолжают работать вместе с нашими клиентами с учетом рекомендованных мер предосторожности; остальные сотрудники работают дистанционно. Все это время мы обеспечиваем непрерывность бизнес-процессов по всему миру и делаем все, чтобы переход в «новую реальность» не повлиял на эффективность нашей работы.

Мы продолжаем поддерживать общество и помогать медицинским и другим специализированным организациям, которые круглосуточно борются с возникшей угрозой. На глобальном уровне система Coca-Cola уже направила более $120 млн на помощь пострадавшим от пандемии. В России в этом направлении мы сотрудничаем сразу с несколькими организациями. Так, благодаря пожертвованию фонда The Coca-Cola Foundation наш многолетний партнер Российский Красный Крест смог приобрести дополнительные аппараты ИВЛ для больниц в российских регионах, а также обеспечить наборами гуманитарной помощи тех, кто в них нуждается.

Мы безвозмездно предоставляем свои напитки социально незащищенным гражданам — в рамках сотрудничества с Фондом продовольствия «Русь» и участия во всероссийской социальной программе #МагнитЗабота. Мы также поддерживаем крупнейшее в России волонтерское движение #МыВместе, обеспечивая напитками десятки тысяч волонтеров в 10 регионах страны. Кроме того, мы решили использовать свои ресурсы 3D-печати для производства пластиковых лицевых щитов для волонтеров из партнерских НКО, работающих в больницах и на доставке продуктов питания и напитков людям в изоляции или трудной финансовой ситуации.

В этих условиях становится особенно очевидно, как важно бизнесу обеспечивать устойчивость на всех уровнях — как финансовом и операционном, для беспрерывной работы, так и социальном, для поддержки общества. Именно на соблюдении принципов устойчивого развития и обязательствах расти ответственно, с пользой для населения и экономики страны, основан бизнес Coca-Cola в России.

Минувший год показал, что принципы ответственного роста интегрированы во все наши бизнес-процессы: ассортимент наших напитков расширяется, объем производства продолжает демонстрировать высокие уровни, при этом негативное воздействие Coca-Cola в России на окружающую среду снижается. Так, за последние два года в России мы сократили объем удельных выбросов парниковых газов на 17,8%, больше половины нашего холодильного оборудования безопасно для окружающей среды, а на переработку отправляется 88% всех производственных отходов. Вместе с тем, мы осознаем, как много еще предстоит сделать.

Один из ключевых вызовов с точки зрения устойчивого развития для нас — проблема отходов. Сегодня в России перерабатывается не более 8% бытового мусора, и существенная часть того, что отправляется на свалки, — это отходы пластиковой упаковки. Пока мир не может отказаться от пластика, мы прилагаем усилия для избавления окружающей среды от его следов. Наше решение — в модели безотходного потребления, когда вся выпущенная на рынок пластиковая упаковка перерабатывается и получает вторую жизнь, принося пользу. В минувшем году в рамках флагманского проекта «Разделяй с нами» нам удалось собрать и переработать 24% эквивалента всей упаковки, поставленной на российский рынок. Всего в России за последние три года мы собрали и отдали на переработку более 87 000 тонн отходов упаковки. В 2019 году наши инициативы вышли на новый уровень: совместно с Правительством Республики Татарстан мы запустили проект «Город без отходов» в Казани — мы хотим помочь одному из самых инновационных мегаполисов страны стать территорией с нулевым уровнем отходов.

Ни одна компания и даже страна или сообщество не способны справиться с глобальными вызовами в одиночку — будь то сбор и переработка отходов, последствия изменения климата или другие общемировые проблемы. Все они требуют скоординированного подхода. Поэтому для Coca-Cola в России 2019 год стал годом сотрудничества, заключения новых партнерств и расширения работы с клиентами. При нашей поддержке заработала Ассоциация «РусПРО», в которой ведущие производители и импортеры потребительских товаров объединили свои усилия по утилизации отходов упаковки. Мы также вдохновлены тем, что нашу цель по снижению содержания сахара в напитках на 10% к 2024 году поддержали другие игроки отрасли. Совместными усилиями мы добились значительного прогресса и на ключевых социальных направлениях нашей работы, таких как поддержка волонтерских проектов и развитие инклюзивного общества.

Сегодня мы считаем особенно актуальным помогать молодым людям с выбором профессии и развитием карьеры. В 2019 году мы усилили фокус на работе с молодыми специалистами и запустили проект «Youth Empowered — Твой путь к успеху», помогающий развивать деловые и социальные навыки. Платформой воспользовались уже более 10 000 человек, а в 2020 году мы ожидаем охвата почти вдвое больше.

В прошедшем году Coca-Cola на глобальном уровне еще прочнее интегрировала устойчивое развитие в свою бизнес-стратегию. Теперь наша миссия звучит так: «Мы здесь, чтобы освежать мир и менять его к лучшему», и сейчас эта цель важнее, чем когда-либо. В 2019 году мы сфокусировались на стратегии ответственного роста и продолжили расширять портфолио напитков, чтобы предложить потребителю еще больше выбора за счет продукции с пониженным и нулевым содержанием сахара и калорий. Благодаря этому мы не только сохранили лидерские позиции на российском рынке безалкогольных напитков, но и превзошли впечатляющий результат предыдущего года по объему продаж.

Мы прилагаем все усилия, чтобы развивать сотрудничество с нашими клиентами и оказывать им поддержку. В прошедшем году мы активно двигались в сторону цифровизации: наш интернет-магазин для клиентов быстро развивается, а сотрудничество с агрегаторами доставки готовой еды позволяет предлагать потребителям наши напитки вместе с любимыми блюдами. Согласно ежегодному опросу удовлетворенности клиентов в 2019 году наш сервис получил самые высокие оценки.

Мы всегда открыты для сотрудничества с бизнес-сообществом, общественными организациями и государством и верим в то, что путь объединения для достижения общих целей устойчивого развития — лучший. Совместными усилиями мы сможем преодолеть глобальные вызовы и стать более сплоченными как общество.

Давайте быть устойчивее вместе!

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

Александар Ружевич,
генеральный директор Coca-Cola HBC Россия

Coca-Cola

Об отчете

Что вы узнаете из отчета

В настоящем отчете мы рассказываем о ключевых шагах, позволивших нам стать устойчивее как бизнес и принести пользу стране и обществу в 2019 году. Мы назвали его **«15 шагов к более устойчивому развитию Coca-Cola в России»**. Каждый шаг — это глава отчета, посвященная одному или нескольким приоритетным направлениям, с выделением тех инициатив и результатов, которые, на наш взгляд, внесли максимальный вклад в движение к реализации обязательств в области устойчивого развития Coca-Cola в России.

Значительную часть отчета мы посвятили снижению воздействия на окружающую среду. Мы впервые представляем расширенные данные по сокращению углеродного следа, ответственному водопользованию и обращению с отходами — так пока делают немногие компании в стране, но для нас экологические аспекты устойчивого развития — один из стратегических приоритетов. Отдельной историей представлены наши первые шаги по реализации в России концепции «Город без отходов».

В отчете вы также найдете главы, посвященные таким темам, как развитие инклюзивной среды, поддержка образования и развития молодежи, ответственное потребление, культура волонтерства и оказание гуманитарной помощи. Кроме того, мы рассказываем о своем развитии в качестве этичного бизнес-партнера и ответственного производителя и работодателя.

Опираясь на данные, анализ и экспертизу, мы постарались рассказать о наших ключевых шагах доступным языком. Мы включили в отчет отзывы участников наших проектов, мнения сотрудников и оценки партнеров из других организаций. А обзорный взгляд на наш путь к целям в 2019 году представлен в живом интервью с менеджерами по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами Coca-Cola в России.

Существенные темы: повестка переработки и управления отходами лидирует второй год подряд

В определении существенных тем для раскрытия в отчете об устойчивом развитии ежегодно участвуют заинтересованные стороны Coca-Cola в России. Руководствуясь стратегическими приоритетами и обязательствами в области устойчивого развития, мы выделили 17 ключевых тем 2019 года и предложили представителям всех заинтересованных сторон оценить каждую из них в двух разрезах: значимость в контексте воздействия на экономику, окружающую среду и социальную сферу страны, а также значимость непосредственно для респондента и той общественной группы, которую он представляет.

В оценке значимости ключевых тем устойчивого развития Coca-Cola в России приняли участие **78 человек** — представителей некоммерческих, отраслевых и общественных организаций, органов власти, вузов и научных учреждений, клиентов и поставщиков, сотрудников различных подразделений компаний Coca-Cola в России.

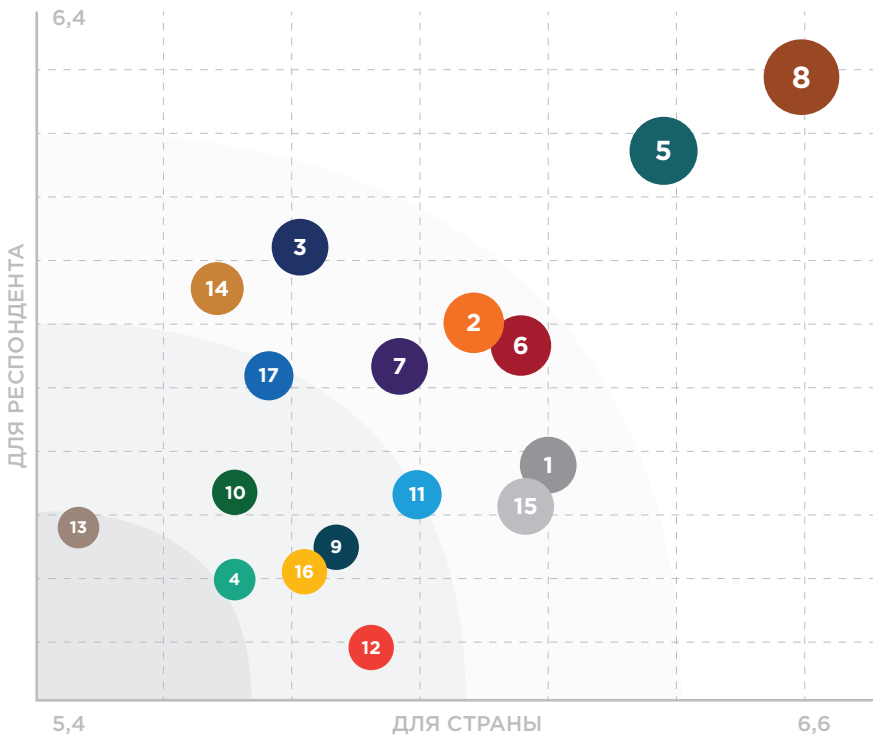
Безусловным лидером по значимости в 2019 году вновь стала **тема переработки и управления отходами** (8) — как в масштабах страны, так и для наших респондентов. В России проблема утилизации мусора стоит особенно остро, наши заинтересованные стороны обеспокоены этим так же, как и мы, — это говорит нам об актуальности инициатив Coca-Cola в России в рамках глобальной стратегии «Мир без отходов».

Нас приятно удивило то, что на второе место вышла **тема качества и безопасности продукции** (5): в прошлом году этот аспект устойчивого развития был важен только для внутренней аудитории, а в этот раз его высокую значимость отметили не только сотрудники, но и большинство представителей заинтересованных сторон по всей цепочке создания ценности Coca-Cola в России.

Нельзя не отметить усиление **экологической повестки**. Если в прошлом году, помимо темы отходов, которая лидирует второй год подряд, наиболее высокие оценки получали преимущественно социально-экономические темы, то в 2019 году существенно возросла значимость таких аспектов устойчивого развития, как **борьба с изменением климата** (3), **устойчивое сельское хозяйство** (6) и **ответственное водопользование** (7). Также гораздо выше, чем в прошлом году, наши респонденты оценили значимость **помощи пострадавшим в чрезвычайных ситуациях** (15) — к сожалению, этому способствовало количество стихийных бедствий в регионах страны.

Высказывая дополнительные пожелания, представители разных общественных групп отмечали необходимость **консолидации усилий всех участников рынка** для достижения целей устойчивого развития. Это и наш приоритет — большинство внешних инициатив Coca-Cola в России в 2019 году реализованы в стратегических партнерствах в интересах устойчивого развития: с бизнесом, некоммерческими организациями и государством.

Существенные темы устойчивого развития Coca-Cola в России*



№	Тема	Для страны	Для респондента
1	Социально-экономическое развитие регионов	6,19	5,78
2	Принципы корпоративного управления, деловая этика и противодействие коррупции	6,10	6,00
3	Борьба с изменением климата: снижение выбросов парниковых газов, потребления энергии и ресурсов	5,81	6,10
4	Устойчивое развитие поставщиков	5,70	5,59
5	**Качество и безопасность продукции**	6,37	6,28
6	Качество сырья и развитие устойчивого сельского хозяйства	6,17	5,99
7	Ответственное водопользование и водопотребление	5,96	5,95
8	**Переработка и управление отходами**	6,59	6,39
9	Сбалансированный образ жизни: снижение сахара и калорий	5,85	5,65
10	Ответственный маркетинг	5,71	5,84
11	Благополучие и развитие сотрудников	5,99	5,74
12	Охрана труда и безопасность на рабочем месте (по всей цепочке поставок)	5,92	5,49
13	Равные возможности и права человека	5,45	5,68
14	Развитие инклюзивного общества	5,68	6,03
15	Помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях	6,17	5,73
16	Поддержка молодежи	5,81	5,63
17	Культура волонтерства	5,76	5,92

* Настоящий анализ был проведен в 2019 году, поэтому мнение заинтересованных сторон не учитывает воздействие на экономику и общество глобальной пандемии COVID-19

Как оценка значимости ключевых тем заинтересованными сторонами Coca-Cola в России повлияла на содержание отчета об устойчивом развитии за 2019 год

« Во-первых, в этом году мы начинаем тематический сектор отчета с раскрытия самой важной для наших заинтересованных сторон темы — обращения с отходами. Мы уделили этому направлению особое внимание, дополнив всестороннее раскрытие темы конкретным кейсом по реализации концепции «Город без отходов» в Казани. Во-вторых, отвечая на усиление значимости экологической повестки, мы впервые собрали и представили максимально полные данные по снижению нашего углеродного следа в России и ответственному водопотреблению. В-третьих, приоритеты заинтересованных сторон пронизывают весь наш отчет — направления, значимость которых выросла в этом году, мы стараемся раскрыть глубже, фокусируясь при этом на ключевых шагах к целям».

Екатерина Лужных, лидер проектной команды по подготовке отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 год

Раскрытие существенных тем в отчете

Так как все 17 ключевых тем устойчивого развития Coca-Cola в России представители заинтересованных сторон считают высоко значимыми в российском контексте (оценки распределились от 5,5 до 6,6 балла по 7-балльной шкале), мы решили раскрыть каждую из них в отчете об устойчивом развитии за 2019 год.

Тему **социально-экономического развития регионов** (1) в этот раз мы раскрываем кратко: каждые два года ей посвящается отдельная часть Интегрированного отчета Coca-Cola в России — «Вклад Coca-Cola в России в социально-экономическое развитие Российской Федерации», которая готовится совместно с НИУ «Высшая школа экономики» (следующее исследование планируется к выпуску в 2021 году).

Остальные существенные темы 2019 года подробно раскрыты в настоящем отчете об устойчивом развитии — включая подход к управлению, ключевые результаты, а также планы и обязательства на 2020 год.

№	Существенная тема	Раздел отчета, в котором раскрыта существенная тема	Границы раскрытия
1	Социально-экономическое развитие регионов	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Coca-Cola в России
2	Принципы корпоративного управления, деловая этика и противодействие коррупции	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Coca-Cola в России
3	Борьба с изменением климата: снижение выбросов парниковых газов, потребления энергии и ресурсов	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»
4	Устойчивое развитие поставщиков	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Coca-Cola в России
		Шаг 5. Увеличили долю закупок сельскохозяйственного сырья в соответствии с принципами устойчивого развития	Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»
		Шаг 6. Вошли в число стран-лидеров по качеству продукции	Coca-Cola в России
5	Качество и безопасность продукции	Шаг 6. Вошли в число стран-лидеров по качеству продукции	Coca-Cola в России
6	Качество сырья и развитие устойчивого сельского хозяйства	Шаг 5. Увеличили долю закупок сельскохозяйственного сырья в соответствии с принципами устойчивого развития	Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»
7	Ответственное водопользование и водопотребление	Шаг 9. Сберегли еще больше воды	Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»
8	Переработка и управление отходами	Шаг 3. От раздельного сбора — к стране без отходов	Coca-Cola в России *Производственные отходы:* Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»
9	Сбалансированный образ жизни: снижение сахара и калорий	Шаг 7. Ответственное потребление: меньше сахара, больше прозрачности	Coca-Cola в России
10	Ответственный маркетинг	Шаг 7. Ответственное потребление: меньше сахара, больше прозрачности	Coca-Cola в России
11	Благополучие и развитие сотрудников	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать	Coca-Cola в России
12	Охрана труда и безопасность на рабочем месте (по всей цепочке поставок)	Шаг 11. Повысили стандарты безопасности и охраны труда	Coca-Cola в России
13	Равные возможности и права человека	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать	Coca-Cola в России
14	Развитие инклюзивного общества	Шаг 14. Открыли больше возможностей людям с особыми потребностями	Coca-Cola в России
15	Помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях	Шаг 15. Помогли пострадавшим в стихийных бедствиях	Coca-Cola в России
16	Поддержка молодежи	Шаг 13. Поддержали тысячи молодых специалистов в развитии карьеры	Coca-Cola в России
17	Культура волонтерства	Шаг 12. Вывели культуру волонтерства на новый уровень	Coca-Cola HBC Россия АО «Мултон»

Границы и принципы подготовки отчета

Отчет об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 год (далее — отчет) содержит резюме анализа результатов деятельности 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 2019 года, а также планы на ближайшую перспективу. Цель отчета — представить широкому кругу заинтересованных сторон достоверную и полную информацию о приоритетных направлениях Coca-Cola в России в области устойчивого развития бизнеса на территории Российской Федерации в 2019 году.

Отчет подготовлен в соответствии с требованиями и рекомендациями международных стандартов отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности GRI Standards (Стандарты GRI), вариант раскрытия информации — основной (CORE). Чтобы обеспечить высокое качество раскрываемой информации, в процессе подготовки отчета мы руководствовались принципами сбалансированности, сопоставимости, точности, своевременности, ясности и надежности в соответствии со Стандартами GRI. Перечень показателей Стандартов GRI размещен в блоке «Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные». Содержание отчета определено ожиданиями заинтересованных сторон Coca-Cola в России, нашими стратегическими приоритетами и обязательствами в области устойчивого развития.

Сбор информации для отчета включал в себя серию интервью с топ-менеджерами, руководителями направлений и функций, участниками инициатив компаний Coca-Cola в России в области устойчивого развития, а также исследование мнений заинтересованных сторон и анализ внутренних документов и публикаций в СМИ.

При подготовке нефинансовой отчетности Coca-Cola в России ежегодно проводит общественные слушания, на которых представители всех заинтересованных сторон могут выразить свое мнение относительно содержания отчета, полноты и качества обсуждаемой информации. Финальная версия данного отчета подготовлена с учетом обратной связи участников публичного обсуждения, которое состоялось 9 июля 2020 года.

Настоящий отчет — третий отчет об устойчивом развитии, содержащий анализ деятельности трех компаний Coca-Cola в России: второй мы выпустили по итогам 2018 года, первый включал раскрытие информации за 2015–2016 годы. Для компании Coca-Cola HBC Россия (включая АО «Мултон») это уже 13-й отчет об устойчивом развитии.

Ограничения

Планы Coca-Cola в России, отраженные в отчете за 2019 год, носят предварительный характер. Они могут меняться под воздействием внешних и внутренних факторов, поэтому результаты в последующих отчетных периодах могут отличаться от заявленных в отчете за 2019 год.

Шаг 1

Повысили эффективность бизнеса

В 2019 году мы приложили все усилия, чтобы сделать все аспекты деятельности Coca-Cola в России более устойчивыми, бизнес-практики — более ответственными, пользу от социальных проектов — значительнее, а экологический след — меньше.

Год был финансово успешным: объем продаж Coca-Cola HBC Россия увеличился на 0,1%. Основным драйвером роста стала категория газированных напитков, включая напитки с низким содержанием сахара или без него и напитки в упаковке объемом 0,33 л и менее, а также удачный запуск первого энергетического напитка под брендом Coca-Cola — Coca-Cola Energy.

Coca-Cola HBC AG зафиксировала самую высокую годовую операционную прибыль в своей истории: в 2019 году она выросла на 11,9%. Операционная прибыль The Coca-Cola Company по всему миру в 2019 году увеличилась на 10%. Согласно принятой на глобальном уровне практике отчетности, финансовые показатели работы системы Coca-Cola отдельно по странам не публикуются.

Данные о финансовых результатах можно найти в Интегрированном годовом отчете Coca-Cola HBC AG за 2019 год и в Интегрированном годовом отчете The Coca-Cola Company за 2019 год.

+0,1%
выросли продажи
по итогам 2019 года*

~2,3 млрд л
продукции произведено
Coca-Cola в России

70
производственных
линий, в том числе
31 соковая

* В Coca-Cola HBC Россия по итогам 2019 года

Coca-Cola в России и в мире

The Coca-Cola Company

200+
территорий
и стран

225+
компаний-партнеров
по производству и дистрибуции
напитков по всему миру

700 000+
сотрудников (включая
сотрудников
партнеров-ботлеров)

Штаб-квартира:
город Атланта, США

Coca-Cola
Hellenic Bottling Company

28
стран
и **56** заводов

615 млн
потенциальных
потребителей

28 000+
сотрудников

Штаб-квартира:
город Цуг, Швейцария

Coca-Cola
в России

10 заводов в 9 регионах
Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Ростовская область, Самара, Екатеринбург, Новосибирск, Красноярск, Владивосток

100 городов присутствия
с общей численностью
жителей **более 61 млн человек**

7 000+
сотрудников

Coca-Cola в России

Coca-Cola в России — это три самостоятельные компании с разной структурой собственности*, которые совместно производят, продают и продвигают безалкогольные напитки на территории России под брендами The Coca-Cola Company.

* Структура собственности компаний Coca-Cola в России представлена в Отчетах об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2015-2016 гг. (стр. 8) и Coca-Cola HBC Россия за 2017 год (стр. 8).

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.

Центральный офис:
Россия, 121552, г. Москва,
ул. Ярцевская, д. 19, блок Б

Мултон

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

Центральный офис:
Россия, 111141, г. Москва,
ул. Плеханова, д. 7

Coca-Cola HBC Россия

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.

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

Портфель напитков

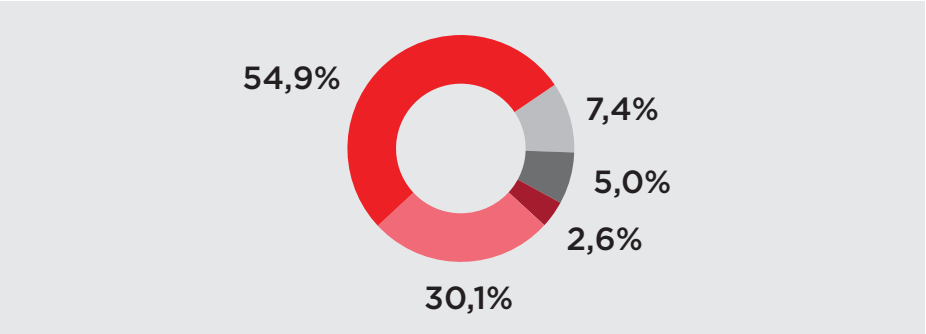
Coca-Cola в России производит и предлагает широкий ассортимент высококачественных прохладительных напитков. Наша цель — быть универсальным производителем и поставщиком напитков на все случаи жизни в формате 24/7.

В 2019 году портфель Coca-Cola в России состоял из **127 разновидностей напитков** под **18 различными брендами**

Ключевая тенденция в области развития брендов заключается не только в расширении ассортимента напитков, но и в стремлении поддержать потребителей при составлении сбалансированного рациона питания. В 2019 году мы продолжили уделять этому особое внимание и выпустили на рынок **новые напитки без добавления сахара или с его сниженным содержанием**.

Подробнее о том, как мы снижаем количество сахара в напитках, мы рассказали здесь.

Структура продуктового портфеля по объему реализованной продукции



54,9%

Газированные напитки

Coca-Cola, Coca-Cola без сахара, Fanta, Sprite, Schweppes

30,1%

Соки, нектары, сокосодержащие напитки и напитки растительного происхождения

«Добрый», Rich, «Моя Семья», «Добрый Pulpy», Innocent, AdeZ

7,4%

Вода

BonAqua, BonAqua Viva, Glaceau Smartwater

5,0%

Холодный чай

FUZETEA

2,6%

Спортивные и энергетические напитки

Powerade, Coca-Cola Energy, Burn, Black Monster

Rich
R
Coca-Cola
БЕЗ САХАРА
Добрый
100% СОК
БЕЗ САХАРА
яблоко
С МОЯ Семья
ЯГОДА-ВКУСНЯГОДА
Sprite
2,0
fuzetea
PULPY
Добрый СМУЗЗИ
ЯГОДНЫЙ ДЭНС
ENERGY
Coca-Cola
FANTA
AdeZ
COCONUT
Schweppes
innocent
Coca-Cola
VANILLA
Rich
Добрый
Coca-Cola
FANTA
ШОКАТА
R
Rich
СЛАСТЬ
smartwater
BLACK MONSTER
BURN

Ключевые события 2019 года

Январь

Бренд «Добрый» разработал питьевое пюре «Добрый Смуззи», состоящее на 100% из натуральных фруктов и ягод

Февраль

Coca-Cola в России впервые обеспечила раздельный сбор отходов на Гайдаровском форуме

Бренд «Добрый» представил новую линейку 100% соков без добавления сахара

Март

Coca-Cola в России стала официальным партнером и поставщиком безалкогольных напитков XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в Красноярске и вложила в проведение Студенческих игр более $1 млн

Coca-Cola в России помогла российским спортсменам с особенностями ментального развития поехать на Специальную Олимпиаду в Абу-Даби и привезти 175 медалей

Запущена бесплатная образовательная программа «Youth Empowered — Твой путь к успеху» для развития у молодых людей социальных и деловых компетенций

Апрель

Стартовал 16-й сезон всероссийского экологического проекта Coca-Cola в России «Зеленые команды» в 38 российских городах

Московский завод Coca-Cola HBC Россия — первый завод Coca-Cola в России — отметил 25-летие

Май

Расширение линейки Pulpy двумя новыми вкусами: «Гуава-Маракуйя с кокосовым желе» и «Клубника-Арбуз с кусочками алоэ»

В Москве прошел образовательный форум Youth Camp для воспитанников детских домов, организованный Coca-Cola в России совместно с Фондом поддержки и развития филантропии (КАФ)

Июнь

Подписано соглашение о продолжении сотрудничества с Российским футбольным союзом

Начался пилотный проект по нанесению добровольной цветовой маркировки «Светофор»

Вышла новинка в линейке Fanta — Fanta Мангуава

Июль

Стартовал совместный с X5 Retail Group пилотный проект по сбору пластиковой и алюминиевой тары через фандоматы

Состоялось общественное обсуждение отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год

Август

Казань стала первым городом в России для реализации концепции «Город без отходов» в рамках глобальной стратегии Coca-Cola «Мир без отходов»

Возвращение легендарной Coca-Cola Vanilla

Coca-Cola в России поддержала Международный чемпионат представителей рабочих профессий WorldSkills в Казани

Сентябрь

Лимитированный запуск на российском рынке первого черного напитка — Fanta Dark Mystery

Октябрь

Вышел холодный чай «FUZETEA Зимний Фьюжн», который можно пить холодным и горячим

Открылись инклюзивные игровые парки в партнерстве с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» Натальи Водяновой — в Москве и Самаре

Coca-Cola в России представила исследование о вкладе в социально-экономическое развитие Российской Федерации

Ноябрь

Проект «Разделяй с нами» отмечает трехлетие

На российский рынок выходит Coca-Cola Energy — первый энергетический напиток под брендом Coca-Cola

В России начались продажи Coca-Cola со вкусом корицы (Coca-Cola Cinnamon) без сахара и калорий

Декабрь

Новая линейка 100% соков прямого отжима Rich Superfruits без добавленного сахара и консервантов

Стартовал ежегодный социальный проект Coca-Cola в России «Рождественский караван Coca-Cola»

Подписано соглашение вместе с другими производителями о снижении сахара в продукции на 10% к концу 2024 года

Coca-Cola HBC Россия официально присоединилась к движению фудшеринга и фудсейвинга

Культура снижения рисков

Рост волатильности финансовых рынков, макроэкономическая нестабильность, геополитическая напряженность, изменение потребительского спроса и другие риски, характерные для всех глобальных производителей, по-прежнему актуальны и для Coca-Cola в России*. В 2019 году мы также уделили особое внимание рискам, связанным с изменением климата, законодательным регулированием и киберугрозами.

Ключевые риски Coca-Cola в России в 2019 году:

- Глобальное изменение климата
- Макроэкономические риски
- Волатильность финансовых рынков
- Геополитическая нестабильность
- Законодательное регулирование
- Изменение потребительского спроса
- Информационная безопасность

* Риски Coca-Cola в России отражены в Отчете об устойчивом развитии за 2017 год (стр. 30–31), в 2018 году (стр. 23) актуализировались риски, связанные с киберугрозами. Подробнее о рисках, присущих Coca-Cola на разных уровнях, можно узнать из Интегрированного годового отчета Coca-Cola HBC AG за 2019 год и Интегрированного глобального отчета The Coca-Cola Company за 2019 год.

Как мы усовершенствовали подход к управлению рисками

Наша цель — четко и своевременно реагировать на изменения в ключевых сферах деятельности, предотвращать потенциальные кризисы и находить новые пути для развития бизнеса. Нам важно, чтобы процессы по оценке и снижению рисков были неотъемлемой частью работы всех подразделений Coca-Cola в России, поэтому в ушедшем году мы продолжили улучшать процессы управления рисками и внедрять соответствующий образ мышления в культуру компании на всех уровнях.

Coca-Cola HBC Россия в 2019 году усовершенствовала систему управления рисками: в компании впервые появилась позиция менеджера по рискам по стране. В сферу его ответственности входит также деятельность по защите активов и противодействию мошенничеству. Благодаря этому мы усилили мониторинг процессов и стали уделять еще больше внимания оценке рисков в производственных подразделениях.

В 2019 году в системе оценки рисков мы продолжили использовать комбинацию из элементов стандартов ISO 31000 и COSO*, применяемых в Coca-Cola HBC AG.

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

Взгляд изнутри

«По итогам года можно отметить улучшение качества коммуникаций между бизнес-функциями и усиление мониторинга внутренней и внешней среды. Теперь наши специалисты следят за развитием рисков в динамике — это позволяет им своевременно создавать и пересматривать планы по предотвращению угроз и смягчению их последствий».

Ваня Бошкович,
директор по рискам по стране,
Coca-Cola HBC Россия

Что мы сделали, чтобы снизить риски Coca-Cola в России в 2019 году

Усилили кибербезопасность на предприятиях

Мы обновили технические системы, модернизировали инфраструктуру и вывели из эксплуатации устаревшие операционные системы и серверы. На двух заводах Coca-Cola в России мы провели сегментацию сети, применили новое IT-решение по непрерывному обнаружению внутренних угроз и организовали безопасный удаленный доступ. Чтобы снизить влияние человеческого фактора в кибербезопасности, в рамках макрорегиональной инициативы Coca-Cola HBC AG наши сотрудники проходили тренинги для повышения осведомленности о киберугрозах.

Снизили риски, связанные с природными катаклизмами

Риски, связанные с изменениями климата, всегда в фокусе нашего внимания, но в 2019 году они были особенно актуальны — наводнения, лесные пожары и температурные рекорды напрямую влияют на устойчивое развитие. Для смягчения последствий катаклизмов, способных повлиять на нашу цепочку поставок, мы разработали планы действий, которые позволят обеспечить непрерывную работу всех подразделений в случае форс-мажора и своевременно доставить продукцию на рынок.

Учли риски в области законодательного регулирования

В 2019 году стало известно о возможных изменениях в механизме работы института расширенной ответственности производителей и импортеров (РОП). Потенциальное введение утилизационного сбора для всех участников рынка вместо возможности выбора самостоятельной утилизации отходов может оказать негативное влияние на выполнение наших обязательств в рамках глобальной экологической стратегии «Мир без отходов»: к 2030 году мы обязуемся собирать и перерабатывать 100% эквивалента потребительской упаковки, выпускаемой нами на рынок.

Мы поддерживаем метод самостоятельного выполнения обязательств и нормативов по переработке отходов, доказавший свою эффективность в международной практике. Мы продолжим работать с ключевыми торговыми ассоциациями, включая Ассоциацию «Промышленность за экологию» («РусПЭК»), и с ведущими компаниями в сфере FMCG, в том числе через Ассоциацию «РусПРО», над совместным решением вопросов по созданию комплексных систем сбора, транспортировки и переработки отходов.

Подробнее о наших инициативах в области обращения с отходами упаковки мы рассказали здесь.

Развитие регионов

Coca-Cola в России — один из лидеров пищевой индустрии. Наша инвестиционная деятельность охватывает всю территорию России, включая отдаленные регионы. Мы создаем дополнительные рабочие места в смежных индустриях, активно инвестируем в экономику и развитие местных сообществ, поддерживаем российских поставщиков и работаем с широкой сетью клиентов по всей стране.

Каждые два года совместно с Лабораторией экономико-социологических исследований НИУ «Высшая школа экономики» мы проводим комплексную оценку вклада Coca-Cola в России в экономическое развитие РФ и ключевых регионов присутствия. Последнее такое исследование опубликовано в 2019 году и посвящено вкладу Coca-Cola в России в социально-экономическое развитие страны за 2017-2018 годы, включая наращивание прямых инвестиций, вклад в ВВП и налоговую сферу России, создание и поддержание высокооплачиваемых рабочих мест. Следующий подобный отчет планируется к выпуску в 2021 году и будет включать оценку социально-экономического воздействия за 2019–2020 годы. Coca-Cola в России — одна из первых крупных международных компаний, которая подвергается такой всесторонней и комплексной оценке.

Основные результаты исследования «Вклад Coca-Cola в России в социально-экономическое развитие РФ в 2017–2018 годах»

$6,2 млрд

инвестировала Coca-Cola в России в экономику за весь период работы на российском рынке с 1979 по 2018 год в постоянных ценах 2018 года

~11,1%

всех вложений индустрии «Производство напитков»* приходится на инвестиции, сделанные Coca-Cola в России в 2017–2018 годах

₽195,2 млрд

или **0,2% ВВП России в 2018 году** — наш вклад в экономику страны через создание добавленной стоимости**

66 000+

рабочих мест создано за счет деятельности Coca-Cola в России

160 000+

прямых клиентов по всей стране

2 700+

постоянных поставщиков

₽5,5 млрд

инвестиций в социальное развитие России за все время присутствия в стране на конец 2018 года

* Источник сравнительных данных: Росстат
** С учетом непрямых эффектов

С исследованием «Вклад Coca-Cola в России в социально-экономическое развитие РФ в 2017-2018 годах» вы можете ознакомиться здесь.

Как это было

Мы поддержали XXIX Всемирную зимнюю универсиаду 2019 года в Красноярске

В марте Coca-Cola в России стала официальным партнером и поставщиком безалкогольных напитков XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в Красноярске и инвестировала в это событие более $1 млн. Это еще один этап многолетнего взаимовыгодного сотрудничества Coca-Cola в России и администрации Красноярского края. Поддержка крупных мероприятий дает прямой эффект на экономику региона.

Мы обеспечили бесперебойную поставку напитков для участников и гостей мероприятия, установив на всех объектах Универсиады более **800 единиц нового брендированного ходильного оборудования**. Команда Coca-Cola в России состояла из **105 мерчандайзеров**, в том числе четырех участников с особенностями ментального развития, которые трудились по четыре часа в день наравне со всеми и получали за это заработную плату. На этом инклюзивные акции не закончились: специально к Универсиаде Coca-Cola в России провела масштабную кампанию #МожетКаждый. В рамках кампании жители трех домов-интернатов связали варежки из шерсти сибирских лаек, ставшие памятными сувенирами для участников и гостей Студенческих игр. Одним из ярких событий кампании также стал первый в российской истории хоккейный юнифайд-матч — молодые спортсмены с особенностями ментального развития вышли на лед вместе с известными красноярцами. Подробнее о том, как мы развиваем инклюзивное общество в России, мы рассказали здесь.

На площадках Универсиады мы также помогли реализовать раздельный сбор отходов. Организаторы XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в Красноярске установили на всех объектах более 2 000 контейнеров, а **Coca-Cola в России реализовала образовательную кампанию в поддержку раздельного сбора**: мы разместили около 250 информационных плакатов, подготовили обучающие видеоролики о сортировке мусора и поучаствовали в подготовке волонтеров.

$27 млн

инвестиции Coca-Cola в России в основной капитал Красноярского края с 2010 по 2018 годы в постоянных ценах 2018 года. Это **0,02%** всех инвестиций в регион за этот период

~₽33,8 млн

выплачено Coca-Cola HBC Россия в региональный налоговый бюджет Красноярского края в 2017–2018 годах

₽1,3+ млрд

дополнительные непрямые налоги, выплаченные клиентами Coca-Cola в России в Красноярском крае в 2017–2018 годах

~650

дополнительных рабочих мест в год создается за счет деятельности Coca-Cola в России в регионе

Награды

VI международная премия «Инновационный продукт года 2019»

В категории «Сок» победителями стали «Добрый 100%» без добавления сахара, «Добрый Уголки России», «Добрый Смуззи»

Рейтинг наиболее привлекательных работодателей для студентов России Universum

Coca-Cola HBC Россия поднялась на 13-е место среди учащихся вузов по направлению «Бизнес / Экономика», преодолев шесть позиций за год

Changellenge >> Best Company Award 2019

Coca-Cola HBC Россия — одна из самых привлекательных компаний для молодых специалистов сразу в трех рейтингах — «Бизнес», «IT» и «Технические специальности»

Национальная премия «Товар года-2019»

Соки и нектары «Добрый» стали лучшими в двух номинациях, сокосодержащий напиток Pulpy победил в номинации «Фруктовые напитки»

IV Всероссийский конкурс Graduate Awards 2019

Программа подготовки будущих менеджеров Coca-Cola HBC Россия Rise Management Trainee Programme — 2-е место в номинации «Лучшая программа по работе с молодыми специалистами»

Независимый конкурс The Best E-Learning Russia 2019

Портал электронного обучения Coca-Cola HBC Россия HELO победил в номинации «Лучшая система дистанционного обучения»

«Рейтинг работодателей России-2019» HeadHunter

Coca-Cola HBC Россия — 1-е место в секторе товаров повседневного спроса (FMCG), 4-е место в общем зачете

The Best Compensations & Benefits 2019

Программа вознаграждения для отдела логистики Coca-Cola HBC Россия — победитель в номинации «Лучшая система вознаграждения сотрудников»

Рейтинг SuperJob «Привлекательный работодатель 2019»

Coca-Cola HBC Россия получила знак отличия

Всероссийский конкурс проектов в сфере корпоративного волонтерства «Чемпионы добрых дел 2019»

Coca-Cola HBC Россия получила награду за внедрение корпоративной политики волонтерства в рабочее время

Общественная награда ECO BEST AWARD 2019

Проект «Разделяй с нами» Coca-Cola в России стал лауреатом в номинации «За вклад в развитие экологической культуры»

Конкурс «Лучшее корпоративное видео — 2019» Ассоциации директоров по Коммуникациям и корпоративным Медиа России

Coca-Cola HBC Россия — лауреат в номинации «Имиджевые фильмы» за ролик, посвященный юбилею завода в Екатеринбурге

VI Всероссийский рейтинг TOP-COMM 2020

Coca-Cola HBC Россия вошла в топ-5 лучших организаций в сфере корпоративных коммуникаций и корпоративных отношений

Effie Awards Russia 2019

3 проекта Coca-Cola в России вошли в топ-3 лучших проектов в различных номинациях: проект «Разделяй с нами» (2-е место в номинации «Positive Change/Окружающая среда и устойчивое развитие. Бренды»), перезапуск бренда «Моя Семья» (3-е место в номинации «Бизнес-вызовы. Ребрендинг»), Тур Кубка Чемпионата мира по футболу FIFA™ с CocaCola (3-е место в номинации «Только в 2019/FIFA спонсорство»)

Премия в области развития общественных связей «Серебряный Лучник — 2019»

Проект Coca-Cola в России «День Черного моря» получил специальный приз в номинации «КСО и благотворительность» в региональном этапе «Серебряный лучник — Юг»

«Топ-1000 российских менеджеров» 2019

Руководители Coca-Cola HBC Россия вошли в рейтинг ИД «КоммерсантЪ» и Ассоциации менеджеров и в списки лучших руководителей своих направлений

«Лучший ОЦО России и СНГ 2019» CFO Russia

Единый центр обслуживания Coca-Cola HBC Россия — 1-е место в номинации «Лучшая клиентская служба»

8-я ежегодная премия «Лучший ОЦО 2019»

Единый центр обслуживания Coca-Cola HBC Россия победил в номинации «Эффективный документооборот»

Участие в профессиональных ассоциациях

Компании Coca-Cola в России состоят в **25** отраслевых 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)
- Международная ассоциация делового сотрудничества (МАДС)
- Московская международная бизнес-ассоциация (ММБА)
- Московская торгово-промышленная палата
- Национальная ассоциация автоматизированной торговли (НААТ)
- Национальный союз экспертов в сфере транспорта и логистики (СЭЛ)
- Неправительственная ассоциация «Американо-российский деловой совет» (АРДС)
- Российский союз производителей соков (РСПС)
- Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)
- Санкт-Петербургская международная бизнес-ассоциация (СПИБА)
- Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата
- Совет директоров Центрального района Красноярска
- Союз «Приморская торгово-промышленная палата»
- Союз производителей безалкогольных напитков и минеральных вод (СПБН)
- Торгово-промышленная палата Ростовской области

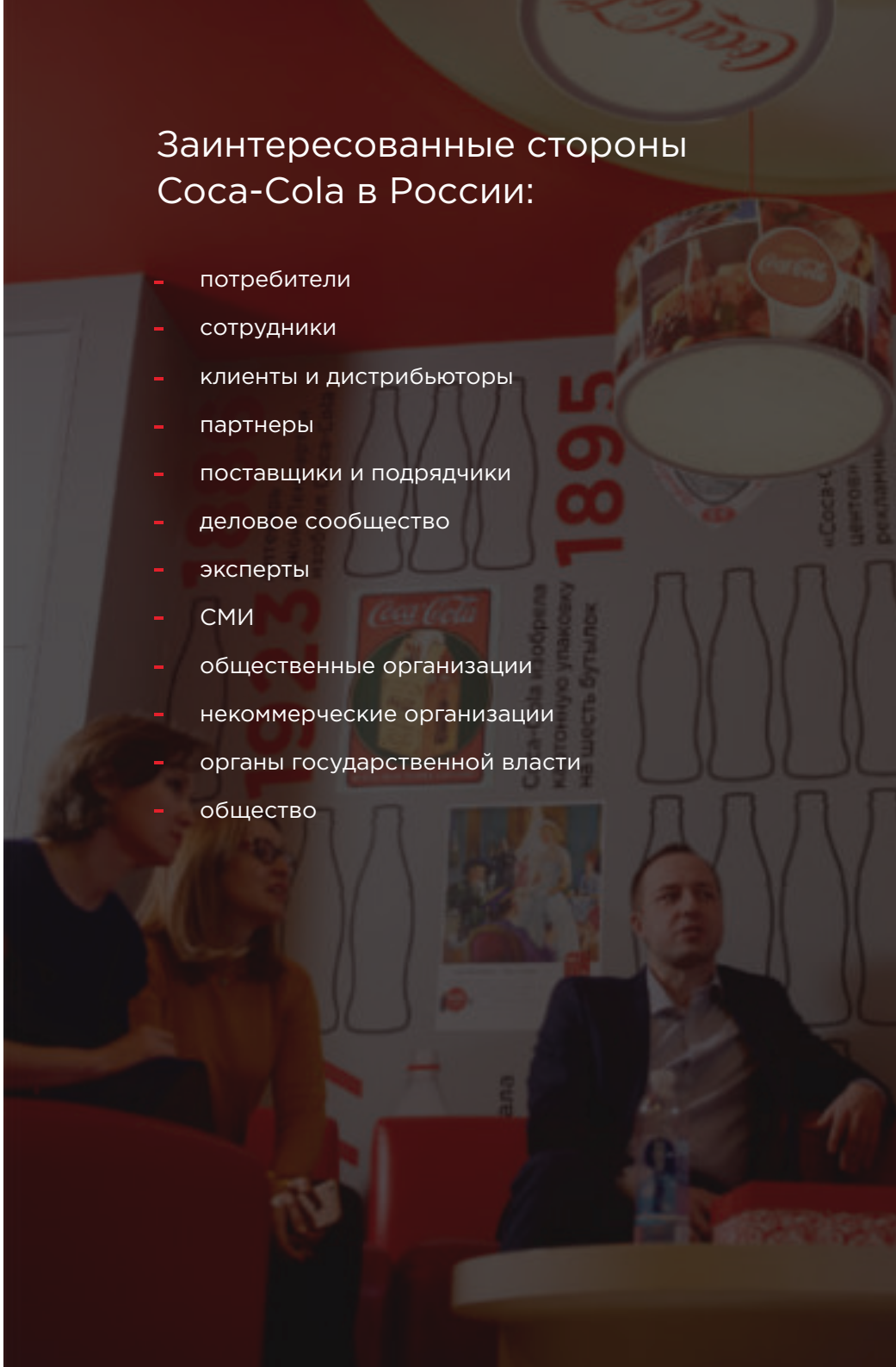
РусПРО

В 2019 году начала работу созданная при поддержке и участии Coca-Cola в России Ассоциация «РусПРО», в которой ведущие производители и импортеры потребительских товаров объединили свои усилия по утилизации отходов упаковки и формированию в России культуры раздельного сбора отходов.

Взаимодействие с заинтересованными сторонами

У каждой функции Coca-Cola в России есть своя карта заинтересованных сторон, отлажено постоянное взаимодействие с ними в виде встреч, мероприятий и информирования, действуют механизмы сбора и анализа обратной связи. Свои заинтересованные стороны есть и у каждого экологического и социального направления и проекта компании. Тесное взаимодействие с заинтересованными сторонами позволяет компании определять наиболее важные для общества аспекты бизнеса и формировать цели и обязательства в области устойчивого развития.

Для укрепления доверия всех заинтересованных сторон компания регулярно раскрывает информацию о своей деятельности в области устойчивого развития в отдельном отчете, а также в корпоративных медиа. Компания следует передовым практикам в области нефинансовой отчетности и сопровождает подготовку каждого отчета об устойчивом развитии публичными общественными слушаниями. На этапе подготовки отчета представители заинтересованных сторон участвуют в определении существенных тем для раскрытия.



Заинтересованные стороны Coca-Cola в России:

- потребители
- сотрудники
- клиенты и дистрибьюторы
- партнеры
- поставщики и подрядчики
- деловое сообщество
- эксперты
- СМИ
- общественные организации
- некоммерческие организации
- органы государственной власти
- общество

Ежегодно мы собираем представителей заинтересованных сторон Coca-Cola в России на общественное обсуждение отчета об устойчивом развитии. Каждый участник может поделиться своим мнением и внести предложения по совершенствованию отчетности. По итогам слушаний мы дорабатываем отчет и учитываем полученные рекомендации в рамках следующих периодов.

В 2019 году мы расширили формат этого мероприятия, превратив его в экспертную дискуссионную площадку, в рамках которой не только представили отчет об устойчивом развитии Coca-Cola в России, но и провели круглые столы. В 2019 году в общественном обсуждении отчета приняли участие около 200 человек — представителей органов государственной власти, некоммерческих организаций, бизнеса, медиа и других партнеров.

Взаимодействие с заинтересованными сторонами осуществляется также на крупных международных и отраслевых мероприятиях, таких как Российский инвестиционный форум в Сочи, Петербургский международный экономический форум, Гайдаровский форум, Неделя российского ритейла, Восточный экономический форум и другие. В 2019 году специалисты компании выступили на 146 таких мероприятиях во всех ключевых регионах ведения бизнеса.

Чтобы соответствовать ожиданиям клиентов и эффективно реагировать на изменения на рынке, совместно с независимыми аналитическими компаниями Coca-Cola в России проводит ежегодное исследование удовлетворенности клиентов. Методология оценки была разработана Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG совместно с головным офисом The Coca-Cola Company.

Результаты таких исследований позволяют выявить наиболее важные для клиентов вопросы и своевременно реагировать на обратную связь. В 2019 году наш сервис получил самые высокие оценки.

Мы уделяем большое внимание обучению и развитию сотрудников, регулярно собираем обратную связь и измеряем уровень вовлеченности. В 2019 году индекс устойчивой вовлеченности сотрудников в Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» вырос до 94% — это один из самых высоких показателей на российском рынке.

Для взаимодействия с потребителями, клиентами и поставщиками в Coca-Cola в России работают три горячих линии:

- *Круглосуточная горячая линия для потребителей:* 8 (800) 200 22 22 (указана на упаковке продукции).
- *Горячая линия Центра поддержки клиентов и партнеров:* 8 (800) 700 77 77. Для клиентов также круглосуточно работает интернет-магазин Coca-Cola в России.
- *Горячая линия Центра поставщиков:* 8 (800) 770 07 45.

Все заинтересованные стороны могут обратиться напрямую к ответственному лицу в Coca-Cola HBC Россия. Информация об обратной связи доступна также на странице корпоративного медиа Coca-Cola в России, где регулярно публикуются новости компании. Ежемесячная аудитория медиа — около 150 000 уникальных посетителей. Это дает нам возможность простым языком рассказывать широкой аудитории о нашей работе, в том числе о практиках устойчивого развития, экологических и социальных проектах.

Общественно значимые инициативы

Снизили содержание сахара в напитках

Мы продолжили снижать калорийность продукции и выпустили на рынок новые напитки без сахара или с пониженным содержанием сахара. В их числе — газированные напитки, соковая продукция и первый энергетический напиток под брендом Coca-Cola — Coca-Cola Energy, с сахаром и без. В 2019 году совместно с членами Союза производителей безалкогольных напитков и минеральных вод мы подписали добровольное соглашение, в котором закрепили намерение **снизить количество сахара в напитках на 10% к концу 2024 года**.

Внедрили «Светофорный» тип маркировки

Мы одними из первых в России поддержали инициативу Роспотребнадзора по введению добровольной цветовой маркировки «Светофор» и начали применять ее для всех напитков под брендом Coca-Cola в ПЭТ-упаковке. Маркировка «Светофор» включает информацию о содержании жиров, насыщенных жирных кислот, сахара и соли в одной порции и на 100 мл.

Собрали и отдали на переработку почти 28 000 тонн отходов упаковки

В ноябре мы провели торжественное мероприятие в честь трехлетия проекта «Разделяй с нами» с участием Минприроды, ФАС и коллег по отрасли. В отчетном периоде мы собрали почти 28 000 тонн упаковки, а всего на конец 2019 года благодаря «Разделяй с нами» было собрано и отправлено на переработку более 87 000 тонн упаковки.

2 шаг

Расширили практики устойчивого развития

Глобальная цель Coca-Cola — не только «освежать мир», но и приносить пользу (“Refresh the world and make a difference”). Поэтому устойчивое развитие Coca-Cola в России глубоко интегрировано во все процессы и тесно связано с самой сутью существования нашего бизнеса. Мы хотим быть производителем безалкогольных напитков, которые нравятся людям и сделаны при соблюдении практик, позволяющих менять жизнь к лучшему.

Стратегия Coca-Cola в России — это создание ценности для страны и развитие бизнеса при одновременном снижении воздействия на окружающую среду по всей цепочке создания стоимости. В соответствии с нашей стратегией мы углубляем практики устойчивого развития, повышаем стандарты деловой этики, внимательно следим за качеством продукции, инвестируем в социальные проекты: образование и развитие молодежи, развитие инклюзивного общества, оказание гуманитарной помощи, продвижение волонтерской деятельности.

Стратегия устойчивого развития Coca-Cola в России: приоритеты, цели, прогресс

Наша стратегия устойчивого развития основана на трех ключевых направлениях: быть ответственным производителем и работодателем, уменьшать негативное воздействие на окружающую среду и вносить свой вклад в решение значимых социальных проблем. В 2019 году мы расширили практики устойчивого развития по каждому из этих направлений и продвинулись в реализации ключевых стратегий «Наш путь вперед» и «Мир без отходов».

Подробно 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 мы рассказывали в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год (стр. 30–50).

Как **ответственный производитель и работодатель**, мы фокусируемся на следующем:

- Снижение содержания добавленного сахара и калорий в наших напитках и последовательная трансформация нашего бизнеса с целью поддержки ответственного потребления в рамках стратегии «Наш путь вперед»
- Увеличение закупок ингредиентов и материалов у российских поставщиков и развитие устойчивого сельского хозяйства
- Благополучие, развитие и вовлеченность наших сотрудников
- Этичные бизнес-практики и противодействие коррупции
- Развитие культуры волонтерства как внутри Coca-Cola в России, так и за ее пределами

В рамках последовательного **снижения экологического следа** мы:

- Собираем и перерабатываем потребительскую упаковку, очищаем от мусора береговые зоны и уменьшаем количество производственных отходов
- Реализуем концепцию «территорий без отходов» в наших офисах, на массовых мероприятиях, а теперь и на уровне городов
- Последовательно снижаем выбросы парниковых газов и потребление энергии, а также уменьшаем потенциальное воздействие на климат холодильного оборудования
- Бережем водные ресурсы и возвращаем природе всю воду, которую берем для производства наших напитков

В решении **значимых проблем общества** мы концентрируем свои усилия на трех ключевых направлениях:

- Развитие инклюзивного общества: создание инклюзивной инфраструктуры, развитие инклюзивного спорта, поддержка трудоустройства, организация мероприятий, где комфортно всем, независимо от физических, сенсорных и ментальных возможностей
- Поддержка молодежи: создание возможностей для развития и профессиональной ориентации молодых людей по всей России
- Оказание гуманитарной помощи: оперативная доставка чистой питьевой воды и предметов первой необходимости попавшим в беду людям в партнерстве с Российским Красным Крестом, а также продовольственная помощь социально незащищенным категориям граждан совместно с Фондом продовольствия «Русь»

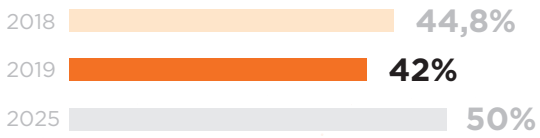
Наш прогресс: ключевые индикаторы устойчивого развития Coca-Cola в России

Наши сотрудники и местные сообщества

5 ГЕНДЕРНОЕ РАВЕНСТВО

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГЕНДЕРНОГО РАВНОПРАВИЯ НА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДОЛЖНОСТЯХ

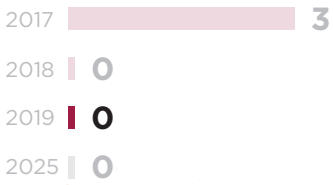
Доля женщин в высшем руководстве Coca-Cola в России



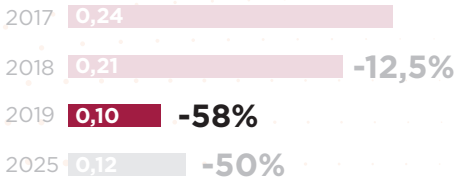
8 ДОСТОЙНЫЙ ТРУД И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ НА РАБОЧИХ МЕСТАХ

Несчастные случаи со смертельным исходом



Несчастные случаи со смертельным исходом на 100 полных рабочих дней с 2017 года



17 ПАРТНЕРСТВО В ИНТЕРЕСАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ ВОЛОНТЕРСТВА

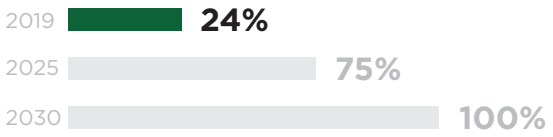
Участие сотрудников в волонтерских проектах в рабочее время

Ключевые индикаторы устойчивого развития

Охрана окружающей среды

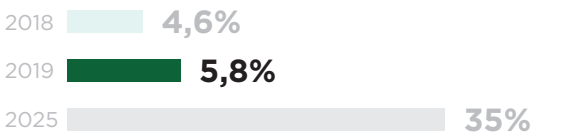
«МИР БЕЗ ОТХОДОВ»: СБОР И ПЕРЕРАБОТКА ОТХОДОВ УПАКОВКИ, ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИГОДНОСТИ УПАКОВКИ ДЛЯ ПЕРЕРАБОТКИ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЭТ ИЗ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ

Сбор и переработка эквивалента отходов упаковки



Пригодность упаковки для переработки

Доля переработанного ПЭТ от всего объема используемого ПЭТ для производства упаковки

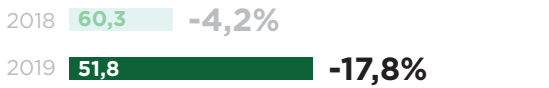


Ключевые индикаторы устойчивого развития

Охрана окружающей среды

БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА: ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОЕ СОКРАЩЕНИЕ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА

Снижение удельных выбросов CO_2 с 2017 года

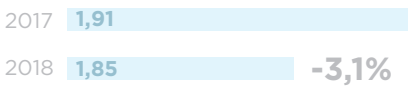


тыс. тонн CO_2-экв

Доля энергосберегающих холодильников в торговых точках

СОХРАНЕНИЕ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ

Удельное водопотребление с 2017 года



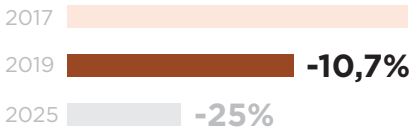
литр / литр

Ключевые индикаторы устойчивого развития

Сбалансированное питание

«НАШ ПУТЬ ВПЕРЕД»: СНИЖЕНИЕ САХАРА И КАЛОРИЙ В НАПИТКАХ

Снижение калорийности на 100 мл газированных б/а напитков с 2017 года*

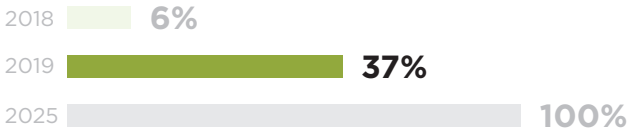


* В 2019 году мы подписали Кодекс добровольных обязательств, закрепив в том числе цель по снижению содержания сахара по всему портфелю напитков на 10% к концу 2024 года. Прогрессом на пути к достижению данного обязательства мы поделимся в отчете за 2020 год.

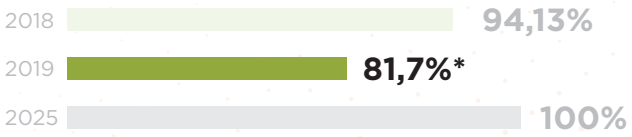
Сырье

СООТВЕТСТВИЕ КЛЮЧЕВЫХ С/Х ИНГРЕДИЕНТОВ ПРИНЦИПАМ УСТОЙЧИВОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Концентрированные соки и пюре



Сахар



* Снижение по сравнению с 2018 годом обусловлено вовлечением нового поставщика, который находился в процессе получения сертификации SAGP на конец 2019 года.

Управление устойчивым развитием в Coca-Cola в России

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ДИРЕКТОРА

Генеральные директора компаний Coca-Cola в России отвечают за устойчивое развитие бизнеса в целом. В административном и прямом подчинении у первых лиц компаний находятся директора служб и главы подразделений, отвечающие за отдельные аспекты деятельности компании в области устойчивого развития на уровне страны

ФИНАНСОВЫЕ ДИРЕКТОРА

экономическая ффективность

ДИРЕКТОРА ПО СНАБЖЕНИЮ/ЗАКУПКАМ/ ПЛАНИРОВАНИЮ/ЛОГИСТИКЕ

экологическая ответственность

ДИРЕКТОРА ПО ВНЕШНИМ СВЯЗЯМ И КОММУНИКАЦИЯМИ, ДИРЕКТОРА ПО ПЕРСОНАЛУ

социальная ответственность

ДИРЕКТОРА ПО РИСКАМ (CHIEF RISK OFFICER)

управление рисками в области устойчивого развития

РУКОВОДИТЕЛИ НАПРАВЛЕНИЙ

Несут ответственность за конкретные программы и проекты в области устойчивого развития

МЕНЕДЖЕРЫ ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С МЕСТНЫМИ СООБЩЕСТВАМИ

отвечают за внешние инициативы и участвуют во всех внутренних программах

МЕНЕДЖЕРЫ ПО ЭКОЛОГИИ

отвечают за уменьшение экологического следа компаний Coca-Cola в России

РУКОВОДИТЕЛИ ЮРИДИЧЕСКИХ ФУНКЦИЙ, СЛУЖБ ПЕРСОНАЛА, КАЧЕСТВА И ОХРАНЫ ТРУДА

отвечают за реализацию соответствующих внутренних программ устойчивого развития

МЕНЕДЖЕРЫ ПО ЗАКУПКАМ

отвечают за взаимодействие с поставщиками, проведение аудитов и оценки поставщиков согласно принципам устойчивого развития и сельского хозяйства

МЕНЕДЖЕРЫ ОТДЕЛА КАЧЕСТВА, ТЕХНИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ И МАРКЕТОЛОГИ

отвечают за рецептуру напитков и снижение сахара и калорий

Большинство внешних инициатив мы реализуем как Coca-Cola в России, так как рассматриваем наше экономическое, экологическое и социальное воздействие на местные сообщества в комплексе.

Программы, связанные с промышленной безопасностью, качеством продукции и экологией производств, находятся прежде всего в ведении компании по производству и дистрибуции напитков — Coca-Cola HBC Россия.

Внутренние практики — структура управления и развития персоналом, взаимодействие с поставщиками и деловая этика — у каждой из компаний Coca-Cola в России могут немного отличаться, но соответствуют единой политике: мы ведем наш бизнес в соответствии с принципами устойчивого развития, вовлекая клиентов и поставщиков в наши высокие стандарты деловой этики, равных возможностей и пользы для всех.

Что нам удалось: ключевые результаты 2019 года

Экономическая устойчивость

+0,1%

рост продаж в Coca-Cola HBC Россия
по итогам 2019 года*

2,3 млрд л

объем произведенной продукции
по итогам 2019 года

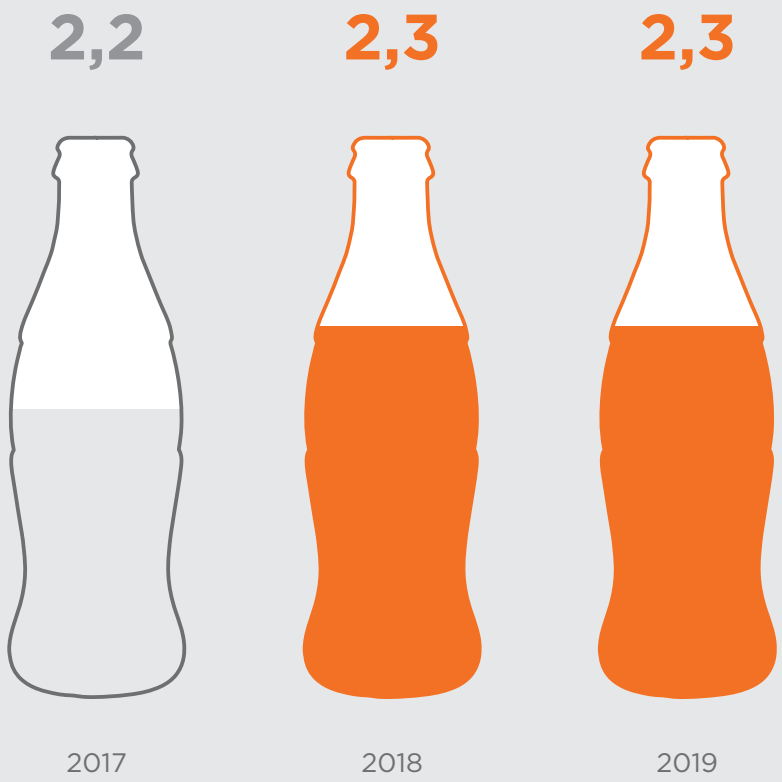
О вкладе Coca-Cola в России в социально-экономическое развитие РФ в 2017–2018 годах можно узнать здесь.

О финансовых результатах
Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG в 2019 году — здесь.

О финансовых результатах
The Coca-Cola Company в 2019 году — здесь.

* В Coca-Cola HBC Россия по итогам 2019 года

Объем произведенной продукции, млрд литров



Бизнес-практики устойчивого развития

94%

индекс вовлеченности сотрудников, измеряемый в Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон». Это самый высокий показатель среди других подразделений Coca-Cola HBC AG в 28 странах присутствия

в 2,6 раза

увеличилось среднее количество часов обучения в расчете на одного сотрудника Coca-Cola в России по сравнению с 2018 годом

42%

высших управленческих должностей в Coca-Cola в России занимают женщины

100%

сотрудников Coca-Cola в России ознакомлены с принципами антикоррупционной политики и деловой этики

0

коррупционных случаев зарегистрировано в Coca-Cola в России в 2019 году

На 56%

сократилось количество несчастных случаев на производстве по сравнению с 2018 годом

86%

достигли по системе оценки управления качеством «Матрица зрелости» (**+6 п.п.** к 2018 году) и вошли в топ-10 стран Группы Coca-Cola HBC AG по этому показателю

97,13%

составил ключевой показатель оценки качества сервиса при доставке DIFOTAI (**+1,3 п.п.** к 2018 году)

~96%

прямых закупок (без учета концентрата) Coca-Cola в России осуществляется у местных поставщиков

28%

совокупных закупок сырья для производства соковой продукции Coca-Cola в России осуществляется у местных поставщиков (на **~10 п.п. больше**, чем в 2018 году)

37%

ключевых категорий концентрированных соков и пюре соответствуют принципам Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGP). Этот показатель увеличился **более чем в 6 раз** по сравнению с 2018 годом

«Наш путь вперед»

Мы приветствуем осознанный и вдумчивый подход к составлению рациона, поэтому постоянно работаем над ответственным производством безалкогольных напитков в рамках глобальной стратегии «Наш путь вперед».

С момента принятия стратегии в 2016 году мы планомерно снижаем содержание сахара в нашей продукции и выпускаем на рынок больше напитков в маленьких упаковках, чтобы покупателям было легче контролировать размер порции.

Кроме того, мы выводим на рынок новые категории продукции с питательными ингредиентами и минералами. Наконец, мы выступаем за прозрачность коммуникации с потребителями и предоставляем полную и доступную информацию о составе и калорийности продукции, все время находясь в поиске инновационных решений.

Ключевые результаты 2019

Формирование выбора

~1/3 доля напитков со сниженным или нулевым содержанием сахара в объеме продаж всего портфеля газированных напитков Coca-Cola в России в 2019 году

Более чем на **7% увеличили продажи** безалкогольных газированных напитков в упаковке 0,33 л и менее по сравнению с 2018 годом, а продажи соковой продукции в аналогичной упаковке выросли на **~11%**

С 2017 года калорийность наших газированных напитков **снизилась на 10,7%** (на 100 мл напитка)

Прозрачность и достоверность информации

Одними из первых поддержали инициативу Роспотребнадзора по введению добровольной цветовой маркировки **«Светофор»** и внедрили ее на всех напитках линейки Coca-Cola в ПЭТ-упаковке

Ответственный маркетинг

Продолжили использовать ответственный подход к маркетингу и исключать прямую рекламу для аудитории, более **35%** которой составляют дети младше 12 лет

Подробнее о наших инициативах по поддержке ответственного потребления здесь.

Инновации

Расширили продуктовое портфолио и теперь предлагаем **127 вариантов напитков** под **18 брендами**

Продолжили сокращать калорийность существующих напитков, а также выпустили на рынок новые продукты с пониженным содержанием сахара или без него сразу в нескольких категориях:

- Газированные напитки: снизили содержание сахара в **«Fanta Цитрус»**, выпустили новые напитки **Fanta Dark Mystery** и **Coca-Cola Cinnamon**
- Соковая продукция: запустили новую линейку 100% соков **«Добрый»**, новую категорию 100% питьевого пюре **«Добрый Смуззи»** и новую линейку 100% соков прямого отжима **Rich Superfruits**
- Энергетические напитки: выпустили первый энергетический напиток под брендом Coca-Cola — **Coca-Cola Energy** в 2 вариантах: с сахаром и без

Партнерства

Совместно с участниками Союза производителей безалкогольных напитков и минеральных вод (СПБН) подписали **Кодекс добровольных обязательств**, закрепив обязательства в том числе по **снижению содержания сахара в напитках на 10% к концу 2024 года**, дополнению портфолио продуктами в малой упаковке (менее 0,5 л) и использованию дополнительных инструментов для информирования покупателей о составе и свойствах продукции

Уменьшение экологического следа: снижение выбросов, ответственное водопотребление и сокращение отходов

На 17,8%

сократили объем удельных выбросов парниковых газов за 2018–2019 годы

57%

от всего холодильного оборудования, в котором хранится продукция Coca-Cola в России в торговых точках, является безопасным для окружающей среды

~3,5–4 года

средний возраст легкового и грузового транспорта Coca-Cola в России; благодаря регулярному обновлению автопарка этот показатель остается на неизменно высоком уровне

На 2%

снизили удельное энергопотребление по сравнению с 2018 годом

На 25,9%

снизили объем потребления моторного топлива за 2018–2019 годы

95,4 млн л

составила экономия воды

На 4%

снизили удельное водопотребление по сравнению с 2017 годом; показатель удельного водопотребления на 1 литр готовой продукции в 2019 году опустился ниже планового значения в 1,84 л/литр продукции и составил **1,83 л/литр продукции**

Подробнее о том, как мы бережем воду, здесь.
Подробнее о том, как мы снижаем выбросы парниковых газов, здесь.

«Мир без отходов»

«Мир без отходов» — глобальная экологическая стратегия системы Coca-Cola, преследующая три важные цели:

Во-первых, к 2030 году мы будем собирать и отправлять на переработку эквивалент всей потребительской упаковки, которую выпускаем на рынок.

Во-вторых, к 2025 году мы перейдем на полностью перерабатываемую упаковку.

В-третьих, к 2025 году используемый нами ПЭТ будет на 35% состоять из переработанного ПЭТ.

Для этого мы вносим изменения во все этапы жизненного цикла упаковки — от разработки и производства до ее переработки и повторного использования.

Ключевые результаты 2019

Производство

- Снизили объем отходов производства **почти на 320 тонн**; совокупный объем производственных отходов в 2019 году **сократился на 2,4%** по сравнению с 2018 годом
- **На 900 тонн** снизили расход ПЭТ-сырья на производствах Coca-Cola в России — **это в 8 раз больше**, чем в 2018 году
- **Более чем на треть** увеличили количество переработанного ПЭТ-сырья, используемого для производства преформ. Доля вторичного сырья от всего объема использованного ПЭТ таким образом **увеличилась до 5,8%** (с 4,6% в 2018 году)
- Снизили вес первичной ПЭТ-упаковки в среднем **на 2–2,5 г**

Партнерства

- Совместно с Правительством Республики Татарстан подписали Соглашение, давшее старт проекту по реализации в Казани концепции **«Город без отходов»**
- Организовали **раздельный сбор мусора на масштабных деловых и спортивных мероприятиях**, включая Гайдаровский форум, Петербургский международный экономический форум, XXIX Всемирную зимнюю Универсиаду 2019 года в Красноярске и Международный чемпионат профессионального мастерства WorldSkills в Казани
- Поддержали создание **Ассоциации «РусПРО»**, в которой ведущие производители и импортеры потребительских товаров объединили усилия по утилизации отходов упаковки и формированию в России культуры раздельного сбора мусора
- В партнерстве с крупными промышленными компаниями, НКО, органами власти и местными сообществами устраивали **«субботники» в городах и на побережьях**, обучали людей практике сбора отходов, проводили экоуроки и экоэкскурсии для школьников, экоквесты и экоклубы для студентов

Сбор

- Собрали и отдали на переработку **28 000 тонн** отходов упаковки в рамках проекта «Разделяй с нами»; со старта проекта в 2016 году уже собрано **более 87 000 тонн** отходов
- Установили еще **2 000 контейнеров** для раздельного сбора мусора. Теперь их **около 6 500 в 55 городах России**
- Собрали и переработали почти **24%** всей потребительской упаковки, выпущенной Coca-Cola в России на рынок в 2019 году
- Вовлекли **>600 тысяч человек** в просветительскую часть проекта «Разделяй с нами» в 2019 году; суммарно к этой части проекта с 2016 года уже присоединились **1,9 млн человек**
- Запустили **пилотный проект** по сбору пластиковой и алюминиевой тары через фандоматы совместно с X5 Retail Group
- В рамках экологических проектов «День Черного моря», «За чистое будущее озера Байкал», «Живая Волга» и «Зеленые команды» собрали **>94 тонн отходов**

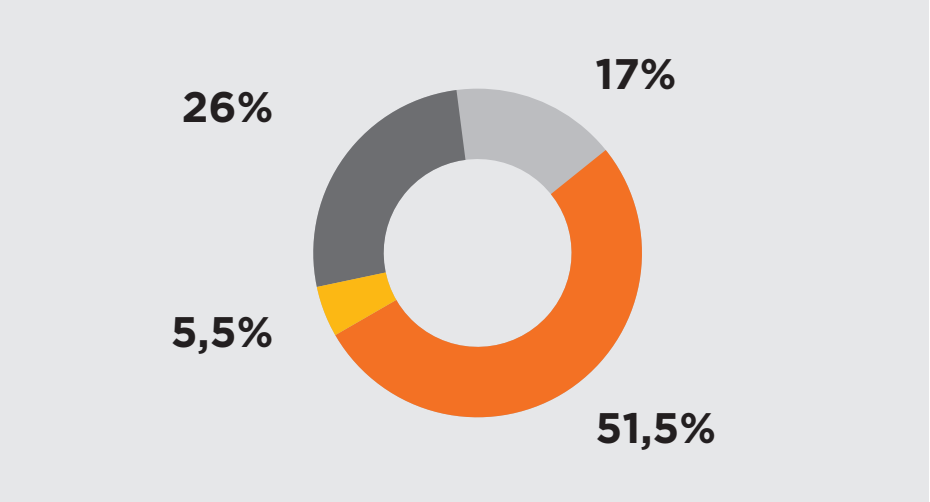
Подробнее об инициативах в области переработки и управления отходами здесь.

Внешние социальные и экологические программы

₽209,5+ млн

объем социальных инвестиций Coca-Cola в России в 2019 году

Распределение социальных инвестиций Coca-Cola в России в 2019 году



51,5%
Образование и развитие молодежи

17%
Борьба с загрязнением окружающей среды, отходами упаковки и формирование культуры раздельного сбора мусора

26%
Развитие инклюзивного общества

5,5%
Оказание гуманитарной помощи

Образование и развитие молодежи

Твой путь к успеху

Более **10 000** молодых людей прошли обучение в рамках проекта **«Youth Empowered — Твой путь к успеху»**, стартовавшего в 2019 году

WorldSkills в Казани

Поддержали Международный чемпионат профессионального мастерства WorldSkills в Казани с участием **1354 молодых профессионалов из 63 стран**

Экскурсии на заводах

Провели **экскурсии на заводах для более чем 12 тысяч студентов**. Около трети из них побывали на производстве в рамках Дня карьеры

«Лига амбассадоров»

Реализовали программу **«Лига амбассадоров»** в **18 городах** России

День первокурсника

Провели День первокурсника для **более чем 50 000 студентов** российских вузов

«Школа Coca-Cola»

Запустили **программу интенсивного обучения «Школа Coca-Cola»**, в которой поучаствовали **450 студентов** из Москвы, Новосибирска и Нижнего Новгорода

Первый учебник бизнес-задач

Стали генеральным партнером **первого в России учебника по решению бизнес-задач** вместе с Changellenge

«Растим добро»

Продолжили реализацию «Растим добро» — проекта социальной адаптации и профориентации для подростков, оставшихся без попечения родителей; в 2019 году в нем приняли участие **более 600 подростков** из 45 учреждений в 9 регионах России

Подробнее о наших инициативах в области образования и развития молодежи здесь.

Развитие инклюзивного общества

«Рождественский караван Coca-Cola»

Провели инклюзивные новогодние праздники **в 10 городах России** для **более 3 000 подростков** в рамках проекта «Рождественский караван Coca-Cola»

Специальная Олимпиада России

Поддержали **инклюзивные спортивные мероприятия Специальной Олимпиады** в 10 городах России

Помогли российской сборной поехать на Всемирные летние игры Специальной Олимпиады в Абу-Даби и привезти **175 медалей**

Инклюзивные игровые парки

Открыли **три новых инклюзивных игровых парка**, где смогут заниматься спортом тысячи людей с любыми возможностями

Инклюзивные экскурсии

Провели **инклюзивные экскурсии** на заводах компании для **более 3 000 человек**, а также начали работу над профессиональной программой экскурсий во всех городах присутствия заводов Coca-Cola в России для слабослышащих посетителей и людей с особенностями ментального развития

Подробнее о наших инициативах в области поддержки развития инклюзивного общества здесь.

Оказание гуманитарной помощи

81 500 литров питьевой воды

Доставили **81 500 литров питьевой воды** для более чем 40 000 человек, пострадавших от стихийных бедствий; за все время сотрудничества Coca-Cola в России и Российского Красного Креста в период с 2011 года мы доставили почти **500 000 литров воды**

4 новых склада

Открыли **4 новых склада с запасами гуманитарной помощи** в Вологодской и Иркутской областях, Краснодарском крае и на Камчатке

600 семей

Дали возможность 600 семьям в Иркутской и Вологодской областях **получить помощь со складов гуманитарной помощи**, открытых в 2019 году

Поддерживаем фудшеринг

Официально присоединились к движениям фудшеринга и фудсейвинга, начав **сотрудничество с Фондом продовольствия «Русь»**

Подробнее о том, как мы оказываем гуманитарную помощь, здесь.

Волонтерство

40% сотрудников

хотя бы раз **поучаствовали в корпоративных волонтерских проектах**

12% сотрудников

Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» **воспользовались возможностью участвовать в волонтерских проектах в рабочее время**

3 волонтерских часа

пришлось в среднем на одного сотрудника, из них **2,89 часа** — в рабочее время

Волонтерский портал

Запустили **внутренний волонтерский портал**, где можно найти информацию о социальных мероприятиях и возможностях участия в них

Подробнее о том, как мы развиваем волонтерство, здесь.

Coca-Cola
Coca-Cola
Coca-Cola

Как это было

Менеджеры по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами Coca-Cola в России об итогах 2019 года

Принципы устойчивого развития вписаны в сам смысл существования нашего бизнеса

Алиса Васильева
Coca-Cola HBC Россия

Елена Ковалева
ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

— Год назад Coca-Cola в России впервые представила свои обязательства в области устойчивого развития. Вы сказали: к 2030 году мы будем собирать и перерабатывать эквивалент всей выпущенной на рынок упаковки, к 2025 году снизим прямые выбросы парниковых газов с наших производств почти на треть и половину энергии будем брать из возобновляемых источников, другие обязательства тоже весьма амбициозны. Достижимы ли эти цели в России?

Алиса: Мы верим, что да. Задачи, на которых мы фокусируемся, не имеют простых решений, но у нас нет никакой специальной «лайт-версии» этих обязательств для России. Действительно, нельзя просто взять и перейти на энергию из возобновляемых источников в стране, где в качестве альтернативы мы пока используем только биогаз. И точную дорожную карту по сбору и переработке эквивалента нашей упаковки до 2030 года нам никто не нарисует — в стране по-прежнему перерабатывается около 8% мусора.

Но ситуация меняется, и мы вносим в это свой вклад — это видно по нашим результатам. Чтобы нам выполнить свои обязательства, надо многое трансформировать по всей цепочке поставок, в индустрии в целом, иногда в смежных отраслях, в восприятии общества. В этом и есть смысл наших практик устойчивого развития.

Елена: Есть действия, которые сегодня требуются от бизнеса на глобальном уровне, — снижение углеродного и «мусорного» следа, водосбережение, предоставление потребителю честного выбора. Эти цели есть у всех компаний, входящих в мировую экосистему Coca-Cola. А есть истории локальные, важные именно для нас — например, проблема инклюзии стоит в России острее, чем во многих других странах, поэтому для нас это отдельное большое направление: тут и создание инклюзивной инфраструктуры, и расширение возможностей социальной реализации людей с особенностями развития.

— Если говорить в целом — каким был 2019 год с точки зрения устойчивого развития для Coca-Cola в России?

Елена: Прошедший год стал для нас годом углубления работы по всем ключевым направлениям и одновременно масштабирования наших флагманских инициатив. Стратегические приоритеты те же: мы последовательно снижаем наше воздействие на окружающую среду, развиваем устойчивые бизнес-практики, уменьшаем содержание сахара и калорий в наших напитках, фокусируемся на вкладе в решение приоритетных для нас социальных проблем — формировании инклюзивного общества, поддержке молодежи, оказании гуманитарной помощи.
Но у нашего движения появились новая глубина и другой масштаб.

Алиса: Мы постоянно думаем о качестве нашего воздействия. Поэтому мы назвали этот отчет *«15 шагов к более устойчивому развитию Coca-Cola в России в 2019 году»* и постарались проанализировать проделанную работу, посмотреть, какие из наших шагов выводят нас на новый уровень устойчивого бизнеса, что наиболее значимо для наших заинтересованных сторон и общества в целом.

— Что вам действительно удалось в 2019 году? Можете ли что-то назвать настоящим прорывом?

Алиса: Я бы назвала прорывом начало реализации в Казани нашей концепции «Город без отходов». Программа фокусируется на развитии инфраструктуры для раздельного сбора отходов, инновациях в их переработке и вторичном использовании, просвещении и изменениях в поведении людей, необходимых для того, чтобы безотходные города стали реальностью. Казань стала одной из первых территорий в Европе, где система Coca-Cola реализует эту концепцию. Мы долго к этому шли, пытались понять, что в российских реалиях должен собой представлять «Город без отходов», как сделать этот проект видимым, интересным для жителей Казани — передового, инновационного города. Для меня это, наверное, самое важное в 2019 году. Отмечу также запуск Ассоциации «РусПРО», куда помимо нас вошли ведущие производители потребительских товаров. Мы объединяем наши усилия в области утилизации отходов и формирования культуры раздельного сбора отходов, это, по сути, масштабирование нашего проекта «Разделяй с нами» на уровень отрасли.

Елена: Соглашусь, «Город без отходов» — ключевая инициатива на пути к обязательству собирать и перерабатывать весь эквивалент нашей упаковки к 2030 году.

А еще в 2019 году у нас полноценно развернулось партнерство со Специальной Олимпиадой России, благодаря которому, в частности, российская сборная смогла поехать на Олимпийские игры в Абу-Даби и показать лучший результат за всю свою историю участия в соревнованиях — завоевать 175 медалей. Это тоже наша гордость. Мы верим, что благодаря спорту люди с особыми потребностями могут преодолевать барьеры, препятствующие полноценной интеграции в общество, и мы планируем развивать партнерство со Специальной Олимпиадой еще дальше.

— В 2019 году вы еще и добровольно ввели «светофорную» маркировку — кажется, первыми в стране.

Елена: Да, мы одними из первых в России откликнулись на инициативу Роспотребнадзора и ввели цветовую маркировку «Светофор» с четкой информацией о содержании в продукте жира, насыщенных жирных кислот, сахара и соли. Мы считаем, что это способствует тому, чтобы люди могли делать более осознанный выбор без каких-либо догадок и придерживаться сбалансированного рациона. Более прозрачно пока никто из производителей в стране не раскрылся. Для нас это был естественный шаг — в рамках глобальной стратегии «Наш путь вперед» мы обязуемся предоставлять потребителю полностью прозрачную информацию о продуктах. Мы и раньше указывали на этикетке состав, содержание сахара и калорий, но теперь делаем это более наглядно.

Алиса: Еще одна важная история — в конце 2019 года мы подписали публичное соглашение с другими производителями о 10-процентном снижении содержания сахара — и, как следствие, калорийности напитков до 2024 года. Важно и то, что в соглашении зафиксированы обязательства по продвижению напитков в малой упаковке (меньше 0,5 л) и ответственный подход к маркетингу. Как и сказала Лена, для нас все это часть стратегии «Наш путь вперед», следуя которой мы уже несколько лет планомерно снижаем количество добавленного сахара в напитках и уменьшаем их калорийность, продвигаем малую упаковкуи не рекламируем продукцию детям младше 12 лет. Теперь нашу стратегию поддержала и отрасль — а ведь для многих производителей без международного опыта это очень высокая планка. Таков эффект устойчивого развития, который распространяется не только на нас и нашу цепочку поставок, но и на всю индустрию.

— На каких направлениях в прошлом году пришлось сконцентрировать больше всего усилий?

Елена: К сожалению, очень востребованной оказалась наша помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях. Наводнения в Иркутской, Вологодской областях и на Дальнем Востоке показали, как много зависит от возможности оперативно получить помощь. Более 40 тысяч человек в зонах бедствий получили питьевую воду благодаря нашей службе доставки, это 81,5 тысячи литров воды — самая масштабная партия за все время нашего партнерства с Российским Красным Крестом. Мы также увидели, насколько важны наши усилия по созданию запасов гуманитарной помощи в регионах с высоким риском чрезвычайных ситуаций. В той же Иркутской области масштаб бедствия потребовал от нас оперативно пополнять ранее созданные запасы вещами первой необходимости, а в Вологде, где у Красного Креста до этого не было склада, удалось создать запасы очень своевременно — уже в ноябре в Вологодской области случился циклон, люди остались без света, размыло дороги, затопило улицы. Со склада получилось раздать предметы первой необходимости сотням людей в течение нескольких часов после наступления чрезвычайной ситуации. Всего помощь со складов Российского Красного Креста в 2019 году получили 600 семей.

Алиса: Еще в 2019 году мы запустили в России образовательную платформу «Youth Empowered — Твой путь к успеху», и это тоже долгожданное для нас событие. Мы хотим дать молодежи из всех уголков страны инструменты для освоения социальных и деловых навыков и успешного построения карьеры. В процессе запуска стало понятно, что архитектура платформы слишком сложная, и сейчас гораздо важнее сосредоточиться на усовершенствовании самого решения, а не гнаться за количеством участников. Мы трансформировали проект и решили под «зонтиком» «Youth Empowered — Твой путь к успеху» объединить все образовательные инициативы Coca-Cola в России, направленные на студентов и молодежь. Обновленный продукт, который мы перезапускаем уже в 2020 году, будет не только проще и понятнее, но и позволит пользователям выстраивать собственные карьерные траектории и получать образовательный контент под свою задачу.

— В 2019 году вы одними из первых на российском рынке объявили о запуске политики волонтерства в рабочее время для сотрудников. Как успехи?

Алиса: Программа волонтерства в рабочее время развивается очень хорошо — по факту это дополнительный день оплачиваемого отпуска, который можно потратить на добрые дела. Почти половину наших социальных и экологических активностей 2019 года, в которых могли участвовать сотрудники, мы провели в будни. В результате 12% сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» уже поучаствовали в программе — это даже больше, чем мы планировали. Особенно порадовало следующее: руководители на местах, в регионах не высказали возражений по поводу того, что их сотрудники в рабочий день будут волонтерами — это хороший знак. А вот в плане опций нам есть куда расти — мы хотим превратить наш внутренний волонтерский портал в современный «маркетплейс» социальных проектов, чтобы нашим коллегам были доступны не только корпоративные активности, но и мероприятия и проекты наших фондов-партнеров, а также возможности предоставить свою экспертизу pro bono.

— Как вы считаете, над чем Coca-Cola в России стоило бы поработать с точки зрения устойчивого развития?

Алиса: Мне кажется, нам стоит больше и чаще рассказывать о наших инициативах в области устойчивого развития для широкой аудитории. Нас часто спрашивают: «Вы, оказывается, столько всего хорошего делаете, почему мы об этом не знаем?». Мы рассказываем о ключевых инициативах в нашем медиа и соцсетях, профессиональное сообщество знает о нашей повестке, а вот широкая аудитория — нет. Нам надо лучше задействовать силу бренда Coca-Cola и для привлечения внимания к экологическим и социальным проблемам, и для создания позитивных изменений в обществе. Мне бы очень хотелось сказать, что благодаря нам все наконец-то заговорили про проблему отходов, но будем откровенны — это пока не так.

Елена: Тем не менее в 2019 году наш проект «Разделяй с нами» получил публичное признание и был удостоен престижной премии Effie Awards Russia. Жюри сочло нашу программу по раздельному сбору мусора масштабной, значимой и целостной именно с точки зрения влияния на общественное мнение, на изменения в поведении потребителей. И «Город без отходов», каким мы его сейчас реализуем в Казани, — это тоже про приближение к широкой аудитории. Люди увидят, ради чего они разделяют отходы, увидят на улицах города мебель, которая сделана из пластика, из тех бутылок, который каждый из них донес до контейнера.

— В прошлом году от НКО был запрос на передачу передовых практик, и вы вроде бы планировали образовательную программу, это случилось?

Елена: Я в этом году очень остро почувствовала, насколько важно, чтобы некоммерческий сектор в России трансформировался в сильную индустрию, как это уже произошло во многих странах. Нужны структурированность, скорость, нацеленность на результат. Бизнесу важно передавать представителям НКО практики эффективного менеджмента, и мы готовы в этом участвовать. Мы решили, что хотим делать это вместе с профессионалами в обучении некоммерческих организацией. В 2019 году мы нашли такого партнера — это Благотворительный фонд «Друзья».

Алиса: Кроме прекрасной платформы волонтерства ProCharity, у фонда «Друзья» есть Московская школа профессиональной филантропии — своего рода MBA для НКО, мощный годовой курс с серьезной системой отбора лучших из лучших. Конечно, образование такого уровня не может быть бесплатным, но предоставляются стипендии, гранты, также обучение фондам может оплачивать бизнес. В 2020 году мы планируем стать контент-партнером школы.

— А как развивается ваша инициатива по развитию в России фудшеринга — передачи продуктов с истекающим сроком годности нуждающимся?

Алиса: Мы давно ждем этой возможности, весь год работали над внесением поправок в законодательство совместно с Фондом продовольствия «Русь», компанией PwC и другими производителями продуктов питания. Идея фудшеринга, который в России только начинает зарождаться, заключается в том, чтобы прекратить нерациональное использование хороших продуктов с истекающим сроком годности. В нашей стране они фактически приравнены к отходам — при передаче такой продукции в пользу благотворительных организаций налоговое бремя доходит до 40%, и бизнесу приходится ее утилизировать. Нам кажется, что это просто кощунство — учитывая, что по данным Росстата более 18 миллионов человек в России живет с доходом ниже прожиточного минимума, с неполноценным рационом питания. Не дожидаясь изменения законодательства, в конце 2019 года мы подписали официальное соглашение с Фондом продовольствия «Русь», куда мы теперь будем передавать в качестве пожертвований безалкогольные напитки и соковую продукцию надлежащего качества с достаточным сроком годности. Задача фонда «Русь», пока единственного в стране «банка продуктов питания», как можно скорее передавать напитки своим подопечным.

— Чему вы научились за этот год?

Алиса: Терпению. Я научилась ждать — и поддерживать оптимальный уровень «внутреннего огня». Мы не стартап, у нас большое количество вовлеченных в любую инициативу сторон. Зато любое наше движение очень продумано. Это во многом и про концепцию устойчивого развития — она не про быстрые результаты, а про силу последовательного, терпеливого движения в направлении больших целей.

Елена: А я поняла, что мы точно не должны быть одни. Нам нужно использовать нашу силу, и коммуникационную в том числе, чтобы вовлекать других и объединять игроков индустрии для достижения больших целей.

— Что вам лично больше всего запомнилось в ушедшем году? В какой момент вы точно могли сказать себе — все не зря?

Елена: Самый трогательный момент прошлого года случился, когда наши заводы в Красноярске и Новосибирске помогали обеспечить питьевой водой пострадавших от наводнений в Иркутской области. Мурашки по коже — от неравнодушия, от ощущения, что вот сейчас наши люди делают что-то экстраординарное ради других. Именно тогда мы с коллегами решили создать видео о том, как чрезвычайные ситуации одномоментно выбивают почву из-под ног и как важна оперативная помощь.

Алиса: Для меня самым эмоциональным моментом года, о котором я часто вспоминаю, была наша летняя конференция по устойчивому развитию и общественному обсуждению отчета за 2018 год. 200 человек — экспертов, партнеров, журналистов, представителей индустрии — пришли обсудить повестку устойчивого развития Coca-Cola в России! Такого еще никогда не было. Считаю, что для нас это большое профессиональное признание.

— Изменилось ли что-то в вашей повестке устойчивого развития по итогам 2019 года?

Елена: В конце года The Coca-Cola Company объявила о трансформации своей глобальной цели. На английском это ‘purpose’ — то, зачем компания в этом мире, миссия. Раньше мы говорили, что наша миссия — «освежать мир» (“Refresh the world”), то есть это относилось исключительно к производству напитков. Теперь наша глобальная цель звучит так: “We are here to refresh the world and make a difference” («Освежая мир, приносим пользу»). Устойчивое развитие теперь не только интегрировано во все наши процессы и способ ведения дел, но и вписано в сам смысл существования нашего бизнеса.

Алиса: Наша повестка устойчивого развития становится комплексной. Для меня это про интеграцию, про то, что одно «прорастает» в другое. Очищая береговые линии от мусора в рамках наших экологических проектов, мы в то же время работаем на нашу цель по сохранению водных ресурсов. Поддержка номинации по борьбе с микропластиком в Российском национальном Юниорском водном конкурсе формально относится к нашей глобальной стратегии «Мир без отходов», но она работает и на наше направление по образованию и развитию молодежи. А когда мы говорим про спасение продуктов и передачу их нуждающимся, мы учитываем и то, что еда не будет отправлена на захоронение на свалки и полигоны, становясь источником загрязнения почвы, воды и воздуха. Все переплетено и работает на цель более высокого уровня. Наверное, она про создание возможностей. Возможности жить на чистой планете и выбирать свою судьбу, независимо от того, где ты родился, каким ты родился, какими были твои стартовые условия. И если мы как бизнес можем сделать хоть что-то, чтобы помочь людям эти возможности получить, это очень здорово.

3 шаг

От раздельного сбора — к стране без отходов

bon aqua

Культура раздельного сбора и переработки мусора в России укрепляется как на государственном, так и на бытовом уровнях. В этом есть и наш вклад: с 2016 года мы реализуем флагманский экологический проект по продвижению раздельного сбора отходов «Разделяй с нами», благодаря которому за три года было собрано и отправлено на переработку более 87 000 тонн отходов упаковки. В 2018 году российская инициатива стала частью глобальной экологической стратегии системы Coca-Cola «Мир без отходов», преследующей три важные цели: к 2030 году собирать и отправлять на переработку 100% эквивалента потребительской упаковки, выпускаемой нами на рынок и обеспечить 50% долю содержания переработанного ПЭТ в используемом нами ПЭТ, а к 2025 году перейти на полностью перерабатываемую упаковку и увеличить долю переработанного ПЭТ-сырья в используемом нами ПЭТ до 35%. Мы осознаем, что эти амбициозные цели требуют изменений в бизнес-процессах, на рынке производства упаковки и в культуре потребления — и последовательно движемся к их выполнению.

В 2019 году нам удалось сделать по-настоящему прорывной шаг на пути к безотходному обществу — вместе с Правительством Республики Татарстан мы дали старт программе, которая позволит превратить Казань в первый в России «Город без отходов». Совместными усилиями мы устанавливаем по всему городу контейнеры и внедряем культуру раздельного сбора мусора с помощью ряда просветительских инициатив. Кроме того, в 2019 году мы снова собрали и отдали на переработку почти **28 000 тонн** отходов упаковки в рамках проекта «Разделяй с нами».

Для этого мы организовывали раздельный сбор мусора на масштабных мероприятиях, в городах и на побережьях, обучали людей практике сбора отходов, проводили экоуроки и «единые дни действий» в школах, экоквесты и экоклубы в вузах, экоэкскурсии для школьников. А еще мы начали внедрять нестандартные способы сбора и сортировки мусора: запустили пилотный проект по сбору пластиковой и алюминиевой тары через фандоматы — они позволяют людям сдавать использованную упаковку на переработку без дополнительных усилий. И конечно, мы последовательно снижаем количество производственных отходов и вес упаковки, а также увеличиваем долю использования переработанных материалов.

Тема переработки и управления отходами второй год подряд становится безусловным лидером по значимости для страны и всех заинтересованных сторон Coca-Cola в России. Мы осознаем важность этой темы и стараемся вовлекать все больше партнеров в решение проблемы переработки. Так, в 2019 году начала работу созданная при поддержке и участии Coca-Cola в России Ассоциация «РусПРО», в которой ведущие производители и импортеры потребительских товаров объединили усилия по утилизации отходов упаковки и формированию в России культуры раздельного сбора отходов.

Что нам удалось в 2019 году

«Город без отходов»

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

24%

эквивалента всей потребительской упаковки, выпущенной Coca-Cola в России на рынок, собрали и переработали

94+ тонн

отходов собрали в рамках экологических проектов «День Черного моря», «За чистое будущее озера Байкал», «Живая Волга» и «Зеленые команды»

На 2-2,5 г

в среднем снизили вес первичной ПЭТ-упаковки

На 900 тонн

снизили потребление ПЭТ-сырья — это в **8 раз больше**, чем в 2018 году

На 320 тонн

снизили объем отходов производства, или на **2,4%** по сравнению с 2018 годом

До 5,8%

увеличилась доля вторичного сырья от всего объема использованного ПЭТ в 2019 году

Производственные отходы: снизили объем более чем на 300 тонн

Coca-Cola в России постоянно работает над снижением воздействия своих производств на окружающую среду — в том числе с помощью системы управления отходами. Мы уменьшаем общее количество образуемых производственных отходов, увеличиваем долю перерабатываемых отходов и снижаем объем отходов, направляемых на захоронение. Мы перевыполнили цель на 2019 год и отправили на переработку **88%** отходов производства против 86,1% в 2018 году. Добиться этого удалось в том числе за счет внедрения новых способов сортировки и подготовки отходов многослойной упаковки Tetra Pak, используемой при производстве соков. Мы нашли авторизованного компанией Tetra Pak подрядчика по переработке такой упаковки и стали сотрудничать с ним на заводе АО «Мултон» в Щелково. Наряду с другими инициативами по увеличению доли отходов, направляемых на переработку, которые реализуются на всех наших заводах, это позволило сократить общее количество отходов для захоронения — в 2019 году этот показатель составил **0,64 г/л.**

* По уточненным данным, общий объем отходов в 2018 году составил 13 514 тонн.

5,78 г/л

составил показатель удельного образования отходов против 5,85 г/л в 2018 году

На ~320 тонн

сократили общее количество отходов производства по сравнению с 2018 годом. В 2019 году общий объем отходов составил **13 194 тонны***

Вторичное сырье: последовательно увеличиваем долю использования переработанного пластика

Мы последовательно увеличиваем количество переработанного сырья в используемом нами ПЭТ и планируем, что к 2025 году его доля будет составлять 35%. В 2019 году мы **более чем на треть** увеличили количество вторичного ПЭТ-сырья, используемого для производства преформ (с 2 083 тонн в 2018 году до **2 788 тонн** в 2019 году). Доля вторичного сырья от всего объема использованного ПЭТ таким образом увеличилась **до 5,8%** (с 4,6% в 2018 году).

На конец 2019 года большая часть нашей ПЭТ-упаковки уже **на 10% состоит из вторичного ПЭТ-сырья.** В 2019 году мы подготовили и прошли все необходимые лабораторные тестирования для увеличения доли вторичного ПЭТ-сырья в упаковке безалкогольных газированных напитков в будущем до 20%.

Мы также сделали ПЭТ-упаковку наших напитков еще легче, причем не только за счет облегчения преформы, но и за счет колпачка.

Нам удалось **снизить вес первичной ПЭТ-упаковки в среднем на 2–2,5 г** для бутылок более чем 40 форматов и брендов, выпускаемых на наших заводах в Москве, Красноярске, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Самаре, Владивостоке и Екатеринбурге. Максимальным достижением стало снижение веса упаковки на 5 г для ПЭТ-бутылок объемом 0,9 л и 1 л на заводах в Москве, Ростове-на-Дону и Самаре — вместо 33,7 г они стали весить 28,7 г. Благодаря облегчению упаковки в 2019 году мы снизили использование ПЭТ-сырья суммарно на **900 тонн,** увеличив этот показатель **в восемь** раз по сравнению с 2018 годом (тогда мы сэкономили 130 тонн ПЭТ-сырья).

На 900 тонн

снизился расход ПЭТ-сырья на производствах Coca-Cola в России в 2019 году — это **в восемь раз** больше, чем в 2018 году

2 788 тонн

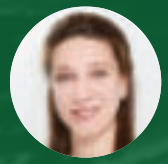
составил объем переработанного сырья, использованного для производства преформы и иных упаковочных материалов (**+33,85%** по сравнению с 2018 годом)

10%

составляет доля вторичного ПЭТ-сырья в большей части нашей ПЭТ-упаковки

Взгляд изнутри

«Снижая экологический след, мы строго соблюдаем политику в области безопасности и качества продукции. Именно поэтому увеличение доли вторичного ПЭТ-сырья в упаковке происходит постепенно. Мы предъявляем высочайшие требования к качеству исходного вторсырья, тщательно проверяем его на безопасность и сотрудничаем только с надежными производителями. Тестовые упаковки с использованием вторичного ПЭТ-сырья проходят детальные исследования. Например, специалисты лаборатории в Германии не только тщательно изучают, нет ли изначально в составе материалов упаковки вредных веществ, но и на протяжении шести месяцев выдерживают образцы бутылок с определенным процентом содержания вторичного ПЭТ-сырья вместе с продуктом и водой, проверяя состав на безопасность с течением времени. Только после получения однозначного подтверждения безопасности и полного отсутствия негативного влияния материала упаковки на продукт по результатам лабораторных исследований мы начинаем использовать переработанный пластик в упаковке нашей продукции».



Анна Лата,
менеджер по экологии по стране,
Coca-Cola HBC Россия

Раздельный сбор отходов: запустили новые форматы и установили еще больше контейнеров

В 2019 году мы продолжили развивать проект по продвижению раздельного сбора и переработки отходов «Разделяй с нами»*, к которому присоединился «юбилейный», 50-й город — Красноярск. К концу года городов стало уже 55. В ходе проекта мы собрали и переработали почти столько же упаковки, сколько в 2018 году, — **около 28 000 тонн.** За все время реализации проекта с 2016 года благодаря «Разделяй с нами» уже было переработано **более 87 000 тонн** упаковки. Наши усилия отметили коллеги по индустрии: проект «Разделяй с нами» получил независимую премию ECO BEST AWARD, победив в номинации «За вклад в развитие экологической культуры», а также стал серебряным призером премии Effie Awards Russia в категории «Positive Change/Окружающая среда и устойчивое развитие. Бренды».

В 2019 году мы переработали **24%** всей потребительской упаковки, выпущенной Coca-Cola в России на рынок. Успехи нашего бизнеса на российском рынке требуют от нас еще больших усилий по сбору упаковки для переработки — поэтому мы будем увеличивать эффективность проекта «Разделяй с нами», в том числе и за счет подключения к Ассоциации «РусПРО».

Это поможет нам сократить количество административной работы по учету собранной упаковки и вместе собирать еще больше отходов на переработку.

Без формирования культуры и практики раздельного сбора мусора нам не достичь целей глобальной стратегии «Мир без отходов». Мы хотим показать людям, что раздельный сбор не требует специальных усилий и не причиняет бытовых неудобств. Поэтому в 2019 году мы попробовали новые необычные форматы, чтобы привлечь внимание к тематике раздельного сбора. В партнерстве с ведущей розничной компанией России X5 Retail Group мы запустили пилотный проект и установили в десяти московских магазинах «Пятерочка» фандоматы — автоматы для приема ПЭТ-бутылок и алюминиевых банок. Теперь пластиковую и алюминиевую тару любых размеров от любых производителей легко и удобно сдавать на переработку, а в обмен фандомат выдает купон со скидкой 15% на покупку напитков Coca-Cola. Обслуживание фандоматов и вывоз собранной тары на пункты переработки и вторичной переработки взял на себя наш давний партнер — ГК «ЭкоТехнологии».

* Подробно о проекте «Разделяй с нами» мы рассказали в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год (стр. 199).

Мы считаем, что привычка заботиться об окружающей среде должна формироваться с детства. В 2019 году мы **начали проводить бесплатные экологические экскурсии для школьников старших классов на завод Coca-Cola HBC Россия в Истре*** (программу интерактивных экскурсий для ребят от 12 лет мы разработали совместно с ГК «ЭкоТехнологии»).
На экскурсиях школьники узнают о проектах компании в области экологии и переработки мусора и на практике учатся сортировать отходы, разделяя образцы различных фракций (алюминиевые банки, батарейки, лампочки, пластик). В планах на 2020 год — распространить экскурсии на все заводы Coca-Cola в России.

Мы внедряем культуру ответственного отношения к отходам и в собственных офисах. Наша идея предполагает раздельный сбор мусора, отказ от пластиковой посуды, переработку использованной бумаги. В 2019 году мы значительно продвинулись на пути к созданию «зеленых офисов». Так, в новой штаб-квартире Coca-Cola HBC Россия установлены специальные контейнеры для раздельного сбора мусора, в зоне с принтерами стоят коробки для использованной бумаги, отправляемой на переработку, а от пластиковых стаканчиков мы отказались совсем (на очереди — одноразовые столовые приборы). Похожие практики внедрены и в центральном офисе ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»: мы собираем для переработки все полезные фракции отходов, а в 2019 году также установили в офисе фандоматы для приема пластиковых бутылок и алюминиевых банок. В ближайшие годы мы хотим сделать «территориями без отходов» офисы компаний Coca-Cola в России во всех ключевых регионах нашего присутствия.

* На заводах Coca-Cola в России также проводятся инклюзивные экскурсии и экскурсии для молодежи по профориентации.

Ключевые результаты проекта «Разделяй с нами» в 2019 году

~28 000 тонн

упаковки собрали и переработали

2 000

контейнеров для раздельного сбора мусора установили; теперь их около **6 500** в **55** городах

~649 тысяч

человек вовлекли в просветительскую часть проекта в 2019 году; суммарно **1,9 млн** человек присоединились к этой части проекта с 2016 года

24%

потребительской упаковки, выпущенной на рынок, собрали и отправили на переработку

Чистые берега: избавили от мусора более 14 км береговых линий

В 2019 году мы продолжили развивать проекты и программы, направленные на очищение береговых линий уникальных водоемов нашей страны. В рамках этих проектов мы усилили взаимодействие с ключевыми игроками в отрасли: при нашей поддержке во многих регионах прошли круглые столы и конференции на тему экологии с участием представителей администраций регионов и компаний по обращению с коммунальными отходами.

«За чистое будущее озера Байкал»

В 2019 году в рамках проекта мы провели экологические акции, в том числе образовательный квест. Наши инициативы поддержали Фонд поддержки молодежных инициатив «ЭРА», Движение «ЭКА», «Байкальская береговая служба», проект «Чистые игры», а также администрация Республики Бурятия. Школьники из всех регионов России проходили экоуроки «День Байкала», «Мудрый Байкал», «Будущее Байкала», а студенты участвовали в экологических акциях по очистке береговой линии. Среди участников были и победители конкурса «Лига амбассадоров» — студенты Новосибирского государственного технического университета, входящего в число наших приоритетных вузов-партнеров.

5 км

береговой линии очищено

~1 тонна

отходов собрана, **~300 кг** отправлено на переработку

563 волонтера

стали участниками природоохранных акций

93 060 школьников

приняли участие в экоуроках

«Живая Волга»

В рамках проекта «Живая Волга» мы проводили природоохранные акции по уборке береговой линии Волги, праздники-субботники «Экодвор» и экоуроки для старшеклассников по всей стране. В 2019 году география проекта расширилась, в нем участвовали жители 5 городов: Нижнего Новгорода, Самары, Волгограда, Казани и Рыбинска (Ярославская область). При этом в Самаре проект «Живая Волга» интегрировался в программу Фестиваля набережных «ВолгаФест». На протяжении двух дней сотрудники Coca-Cola в России и приглашенные эксперты проводили лекции и мастер-классы на тему сбора и переработки отходов и повторного использования вещей.

4 км

береговой линии очищено

620 кг

отходов собрано, **~300 кг** отправлено на переработку

2 663 волонтера

стали участниками природоохранных акций

46 140 школьников

приняли участие в экоуроках

100 000+ человек

посетило фестиваль «ВолгаФест»

Взгляд партнеров

«На фестивале «ВолгаФест» я провела мастер-класс «Униформа горожанина», в ходе которого учила посетителей использовать пластик, картон и другие необычные материалы для создания одежды и объектов искусства. Мы с участниками мастер-класса прошлись по берегу Волги, собрали все, что ветер носил по пляжу, чтобы дать этим материалам вторую жизнь. По окончании мастер-класса мы заполнили шатер арт-объектами, созданными из отходов. Я надеюсь, что многие из участников в будущем задумаются над собственным потреблением, а некоторые смогут использовать полученный опыт для развития творческих способностей».

Анастасия Кизилова,
художница, автор проекта Found Project, участница фестиваля «ВолгаФест»

«День Черного моря»

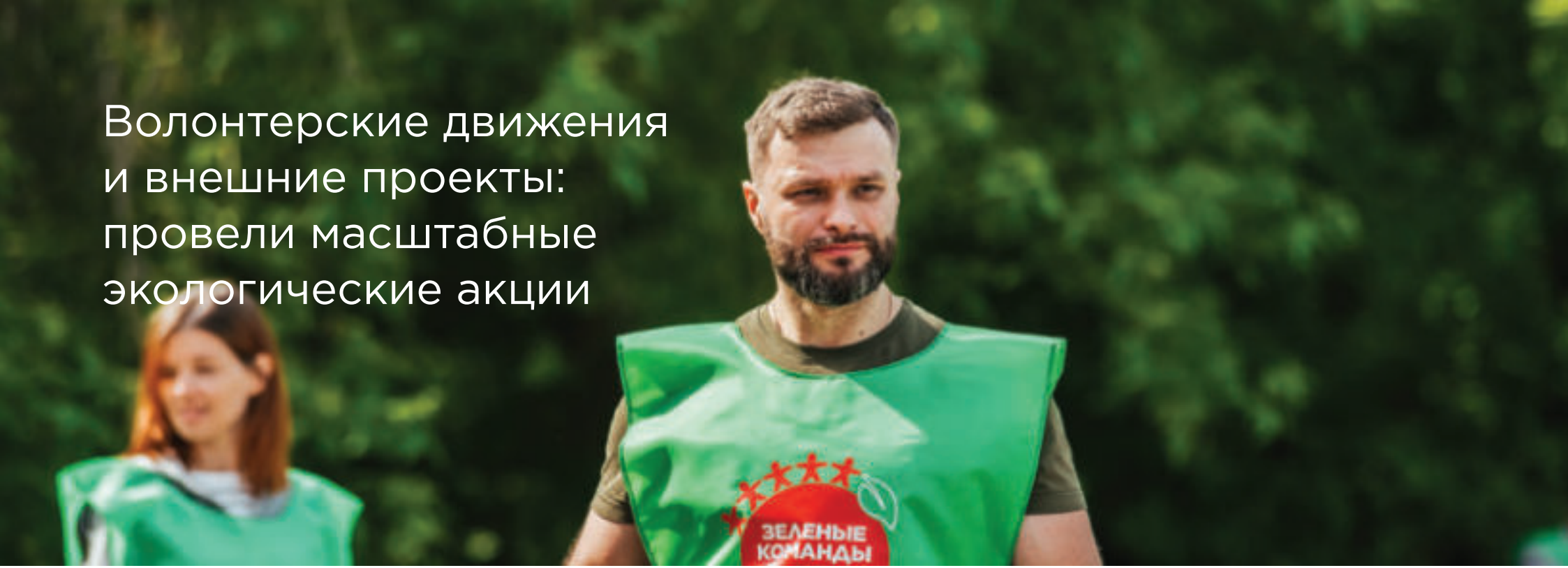
На субботниках проекта «День Черного моря» в 2019 году волонтеры очищали береговые линии в 5 городах — Анапе, Геленджике, Новороссийске, Краснодаре и Сочи. Мы также запустили экоурок «Сокровища Черного моря», где в игровой форме рассказывали старшеклассникам о важности сохранения морской экосистемы. В Краснодаре мы провели круглый стол «Развитие культуры раздельного сбора твердых коммунальных отходов и переработки» с участием представителей крупных компаний, НКО и регионального оператора.

~5 км
береговой линии очищено

10 тонн
отходов собрано, **~6 тонн** отправлено на переработку

3 003 волонтера
участвовали в природоохранных акциях

88 711 школьников
приняли участие в экоуроках



Волонтерские движения и внешние проекты: провели масштабные экологические акции

«Зеленые команды»

В 2019 году экологическому волонтерскому проекту «Зеленые команды» исполнилось 15 лет. За этот год мы провели 43 субботника по очистке территорий в 32 городах, причем в некоторых из них волонтеры собирались на уборку дважды: весной и осенью. А в Екатеринбурге нам удалось успешно объединить экологическую и социальную инициативы: на мероприятии работали инклюзивные мастерские Ассоциации «Особые люди». Подробнее о наших инициативах по развитию инклюзивного общества мы рассказали здесь.

84 тонны

отходов собрано, **1 тонна** отправлена на переработку

5 610 волонтеров

стали участниками природоохранных акций, из них **1007 человек** — сотрудники Coca-Cola в России

Юниорский водный конкурс

Coca-Cola HBC Россия с 2006 года поддерживает Российский национальный юниорский водный конкурс. В рамках партнерства мы предоставляем производственные площадки и офисы для проведения региональных конкурсов, а наши сотрудники участвуют в семинарах для педагогов-организаторов конкурса. В 2018 году мы учредили специальную номинацию, направленную на борьбу с пластиковым загрязнением водных ресурсов, — «Решения по борьбе с микропластиком в водных объектах» и в 2019 году впервые присудили премию в ней. Победителем стала Алина Егренцова из Томска с проектом «Определение наличия микропластика в донных отложениях реки Ушайки».

Мы также поддержали I Всероссийский юниорский водный форум в Москве — первую площадку для обсуждения проектов по охране и восстановлению водных ресурсов. На форуме специалисты Coca-Cola HBC Россия проводили лекции и мастер-классы о защите водных ресурсов.

1880 старшеклассников

из **83** регионов участвовали в Российском национальном юниорском водном конкурсе

1579 проектов

было представлено на конкурсе

Что мы планируем сделать в 2020 году

Создать еще одну территорию без отходов в Краснодарском крае

Снизить объем отходов, переданных на захоронение, еще на 4,7% — до **0,61 г/л**

Продолжать инвестировать в технологии и бизнес-процессы для планомерного увеличения доли вторичного сырья в составе ПЭТ-упаковки

Распространить практику экологических экскурсий для старшеклассников на все заводы Coca-Cola в России

Как это было

Как Coca-Cola в России помогает Казани стать первым в стране городом без отходов

23 августа 2019 года Правительство Республики Татарстан и Coca-Cola в России подписали Соглашение о намерениях в сфере развития культуры раздельного накопления и сбора твердых коммунальных отходов (ТКО). Так Казань стала первым городом в России (и одним из первых в Европе), где будет реализована концепция Coca-Cola «Город без отходов». Проект должен помочь столице Татарстана превратиться в первую в стране территорию, где все отходы перерабатываются, а не отправляются на полигоны.

Путь к городу без отходов

«Город без отходов» — это идея города, в котором все отходы отправляются на переработку и получают вторую жизнь. У такого города нет мусорного следа: ничего потенциально вредного для окружающей среды и здоровья не отправляется на полигоны, не закапывается в землю, не сбрасывается в воду и не попадает в атмосферу. В ситуации, когда люди уже производят более 2 млрд тонн твердых отходов в год (большую часть — на урбанизированных территориях), «безотходные города» могли бы в буквальном смысле спасти планету. Согласно докладу Всемирного банка, если ситуация кардинально не изменится, к 2050 году объем твердых отходов на земле вырастет еще на 70%, что может привести к экологической катастрофе.

Движению «Ноль отходов» уже почти 20 лет, но полностью безотходных территорий пока нет — даже пионеры этого подхода могут похвастаться лишь 80–90% уровнем переработки мусора. Безотходный город — это не только цель, но и процесс, системные усилия территории, направленные на минимизацию своего мусорного следа. Города-адепты подхода «Ноль отходов» могут иметь разные взгляды на отдельные его аспекты, но все они публично берут обязательство двигаться к этой цели и подтверждают это действиями, с каждым годом ощутимо улучшая результаты. Сегодня программы по достижению нулевых отходов развернуты во многих городах мира — от мегаполисов вроде Сан-Франциско, Ванкувера, Окленда, Любляны и Буэнос-Айреса до малых населенных пунктов, таких как Кашел (Ирландия), Тыргу-Лэпуш (Румыния) или Камикатсу (Япония).

«Город без отходов»: подход Coca-Cola

Снижение объема отходов на планете — приоритет устойчивого развития системы Coca-Cola. В 2018 году The Coca-Cola Company и все компании-партнеры по производству и дистрибуции напитков приняли глобальную стратегию «Мир без отходов», у которой три цели: к 2025 году перейти на полностью перерабатываемую упаковку и использовать ПЭТ, на 35% состоящий из переработанного ПЭТ, а к 2030 году собирать и отправлять на переработку эквивалент каждой бутылки или банки, выпущенной на рынок.

Частью стратегии стала концепция «Город без отходов» — комплекс инфраструктурных, просветительских и культурных решений для территорий, обеспечивающих сбор и переработку 100% эквивалента потребительской упаковки от реализуемой продукции Coca-Cola. 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 — компания может помочь выявить потребность в необходимой для раздельного сбора и переработки мусора инфраструктуре, установить требуемое количество контейнеров, запустить образовательные программы для жителей города и привнести инновационные технологии, чтобы дать отходам вторую жизнь.

Одним из первых мест в Европе, где в 2018 году была запущена программа системы Coca-Cola «Город без отходов», стал второй по величине город Греции — Салоники. Пилотный проект рассчитан на три года, его цель — помочь городу наладить систему раздельного сбора отходов для переработки и вторичного использования, а также инициировать поведенческие изменения, охватив 3 млн человек образовательными экологическими программами и мероприятиями. За первый год было организовано 38 новых пунктов раздельного сбора мусора и собрано 62 тонны пластика, металла, стекла и бумаги для переработки. Собранные отходы обретают вторую жизнь и становятся частью городской среды — в 2019 году вдоль береговой линии установили 10 скамеек, напечатанных из переработанных материалов на 3D-принтере. Инициатива «Напечатай свой город» будет набирать обороты, а жители Салоников смогут отслеживать появление новых объектов из вторичного сырья в мобильном приложении. Система Coca-Cola также создала Центр переработки отходов и циркулярной экономики — новое городское пространство, где проходят интерактивные экологические программы и экспозиции. После Салоников программа по раздельному сбору отходов начала применяться и в Будве (Черногория).

Для мирового сообщества Россия пока не в авангарде повестки — в стране только в 2019 году началась мусорная реформа. Но одной из первых в Европе территорий, на которых будет реализована концепция Coca-Cola «Город без отходов», становится именно российский мегаполис — Казань. Для Coca-Cola в России «Город без отходов» — закономерное развитие и масштабирование существующего с 2016 года всероссийского проекта «Разделяй с нами».

За три года существования проекта компания установила около 6 500 контейнеров для раздельного сбора мусора в 55 городах страны, собрала и отправила на переработку более 87 000 тонн отходов упаковки. Соблюдая принцип «Ноль отходов», Coca-Cola в России вместе с партнерами не первый год обеспечивает раздельный сбор мусора на крупных спортивных мероприятиях в России. Например, на XXIX Всемирной зимней Универсиаде 2019 года в Красноярске компания разместила около 250 информационных плакатов для более чем 2 500 контейнеров для раздельного сбора отходов, а также сняла обучающие видеоролики о сортировке отходов. Всего с территории проведения Универсиады-2019 вывезли 5 тонн мусора, в том числе 1 тонну пластика. Раздельный сбор отходов организовали также на Международном чемпионате профессионального мастерства WorldSkills в Казани в 2019 году. В преддверии соревнований Coca-Cola в России провела тренинги по раздельному сбору мусора для волонтеров и организаторов. Этот подход компания старается применять ко всем массовым спортивным, деловым и культурным мероприятиям, на которые поставляет свою продукцию.

Казань без отходов

Казань — инновационный и динамичный мегаполис, где система управления отходами находится на более высоком уровне, чем в среднем по России. Казань занимает второе место среди российских городов-миллионников по доступности раздельного сбора отходов — такая опция существует для 76% горожан. В столице Татарстана реализуется приоритетный проект «Чистая страна», согласно которому к 2023 году Казань должна стать первым в России городом с нулевым уровнем захоронения отходов — и примером для других регионов. Программа использует опыт Швейцарии, Германии и Японии и подразумевает развитие новых технологий переработки и утилизации отходов, а также необходимую для этого организацию раздельного сбора мусора. Проект позволит не только довести уровень захоронения отходов в Казани до нуля, но и снижать выбросы парниковых газов на 837,5 тысячи тонн CO_2-эквивалента ежегодно.

23 августа 2019 года стартовал совместный проект Правительства Республики Татарстан и Coca-Cola в России по развитию культуры и практики раздельного сбора твердых коммунальных отходов в Казани. Coca-Cola в России уже начала разворачивать в микрорайонах столицы Татарстана инфраструктуру для раздельного сбора мусора, чтобы отправлять собранные отходы на переработку на заводы-партнеры. Чтобы раздельный сбор мусора вошел в повседневную жизнь как можно большего количества горожан, совместными усилиями будет реализован ряд просветительских инициатив и цикл экологических мероприятий.

В результате Coca-Cola в России планирует собирать 100% эквивалента упаковки всей своей продукции, поставляемой в Казань, что поможет городу значительно быстрее двигаться к цели «Ноль отходов».

Концепция «Город без отходов» хороша своим комплексным подходом, считает Алиса Васильева, менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами Coca-Cola HBC Россия. По ее словам, цель проекта не только помочь руководству территории наладить эффективную систему для сбора и переработки отходов, но и сделать так, чтобы раздельный сбор мусора и сдача отходов на переработку стали частью обычной жизни горожан. Менять повседневные привычки нелегко: для этого нужна не только доступная инфраструктура, но и экологическое просвещение.

«С помощью уроков, выставок, лекций и экоквестов мы стараемся сделать так, чтобы забота об экологии была еще и интересным, увлекательным занятием. Мы надеемся, что жители Казани увидят и оценят перспективу переработки отходов и им захочется быть вовлеченными в этот процесс».

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

Зеленые парки и экоуроки: как в Казани прививают культуру раздельного сбора мусора и отходов

В первом полугодии 2019 года Coca-Cola в России уже развернула на территории Казани **инфраструктуру** из 500 крупногабаритных контейнеров для сбора пластиковых бутылок и другой полимерной упаковки. Утилизация пластика — серьезная проблема, в решении которой у Coca-Cola в России есть и экспертиза, и опыт. В первую очередь производитель соберет и переработает эквивалент полимерной упаковки продукции Coca-Cola, поставленной в Казань в 2018 году.

Особое внимание в проекте уделяется **зеленой зоне** города — при поддержке МБУ «Дирекция парков и скверов города Казани» реализуется проект, согласно которому парки города должны стать зоной без отходов. Основной площадкой стал Горкинско-Ометьевский лес: в 2020 году в нем появятся специальные экопункты для раздельного сбора различных фракций отходов. Дизайн таких экопунктов разработан вместе с архитекторами парка. Парк станет первым среди общественных пространств Казани, где будет внедрена такая программа с системой контроля за сбором отходов и оценки качества собранного материала. Там же уже летом 2020 года расставят шезлонги и другую парковую мебель, сделанную из переработанного пластика. Раздельно собирать отходы будут и в казанском ЦПКиО им. Горького.

«Этот проект поможет укрепить общегородскую систему дуального сбора мусора, когда отходы разделяются на вторсырье и то, что непригодно для переработки. Да и в целом парки станут дружелюбной средой для восприятия экологичного образа жизни».

Искандер Гиниятуллин, заместитель руководителя исполкома города Казани по вопросам жилищно-коммунального хозяйства

«Мы сделаем все, чтобы помочь Казани стать первым городом без отходов в стране и показать всем: то, во что многим трудно поверить, вполне реально».

Александар Ружевич, генеральный директор Coca-Cola HBC Россия

Важно также показать жителям города, что с помощью переработки можно дать **вторую жизнь** любым материалам. Специально для инициативы «Город без отходов» компания придумала уличные объекты — качели, скамейки, шезлонги и другую городскую мебель, на 98% состоящую из переработанных пластиковых отходов. Места для установки уже согласованы, и мебель будет расставлена в течение 2020 года.

Для успеха проекта необходимо масштабное **просвещение людей и изменение культуры обращения с отходами.** Для этого Coca-Cola в России устанавливает стенды с информацией о раздельном сборе отходов в школах и вузах, а также запускает обучающие семинары по экологии для представителей управляющих компаний многоквартирных домов, старших по домам и других активных горожан.

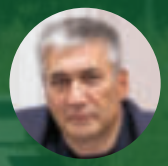
Культуру экологии прививают с детства: при поддержке Coca-Cola в России исполнительный комитет города Казани рекомендовал руководителям образовательных учреждений для реализации экологический урок проекта «Разделяй с нами», чтобы помочь школьникам повысить экологическую грамотность в сфере обращения с твердыми бытовыми отходами и вовлечь их в процесс раздельного сбора мусора. Этот урок презентовали казанским учителям на Международной научно-практической конференции в ноябре 2019 года.

Летом 2020 года студенты будут учиться разделять отходы и ознакомятся с другими «зелеными» инициативами, доступными в их учебных заведениях, на программе слета студентов Татарстана в Казани.

Кроме того, планируется привлечь студентов к участию в инициативе «Всероссийский Единый день действий ЗА раздельный сбор», который проходит во всех городах России 15 ноября — во Всемирный день вторичной переработки.

Еще на площадке в Горкинско-Ометьевском лесу откроется Zero Waste Lab — интерактивная экспозиция и образовательная площадка, посвященная бережному отношению к природным ресурсам. В выставочном пространстве можно будет увидеть продукцию из вторсырья и экспозицию «пути отходов», где будут наглядно показаны этапы обработки и переработки разделенных отходов. В Zero Waste Lab жители города смогут научиться разделять отходы самостоятельно и познакомиться с интересными фактами о вторичном использовании материалов.

«В Казани разработана образовательная программа экологического воспитания и обучения детей и подростков. В детских садах и школах проходят специальные занятия, лектории, мастер-классы, работают эковолонтеры, чтобы сформировать у граждан устойчивые навыки ответственного обращения с отходами».



Искандер Гиниятуллин, заместитель руководителя исполкома города Казани по вопросам жилищно-коммунального хозяйства

«Город без отходов» Coca-Cola в Казани

Цель проекта: собирать и перерабатывать 100% эквивалента потребительской упаковки продукции Coca-Cola, реализованной на территории Казани

Инфраструктура: планируется установить 1000 контейнеров для раздельного сбора пластикового мусора до конца 2020 года, 270 пунктов для раздельного сбора всех фракций отходов в лесопарковой зоне

Переработка: все собранные отходы отправляются на переработку на заводы партнеров Coca-Cola в России

Вторая жизнь: объекты уличной мебели в пространстве города

Просвещение и вовлечение: экоквесты, экоуроки и лектории, экологические акции и городские мероприятия, интерактивная экспозиция и образовательная площадка Zero Waste Lab

Страна без отходов

Coca-Cola в России вносит огромный вклад в развитие российских регионов и экономики. Создание безотходных территорий и другие экологические проекты, которые компания поддерживает в России, — это возможность проявить социальную ответственность бизнеса и позаботиться об экологии на системном уровне.

Города без отходов очень нужны России, где на каждого человека приходится не меньше 400 кг мусора в год, а из твердых бытовых отходов перерабатывается лишь 5–8%.

« Чтобы улучшить ситуацию с переработкой, недостаточно одних только инфраструктурных изменений — необходимо, чтобы раздельный сбор мусора вошел в привычку и стал обычной практикой для каждого. На это и направлена инициатива Coca-Cola «Город без отходов», и Казань — это только начало. Мы вкладываем значительные средства в инновационные технологии для развития безотходных территорий, чтобы приблизить наступление экономики замкнутого цикла».

Елена Ковалева, менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

Coca-Cola

4 шаг

Сделали правила деловой этики более четкими и понятными

Coca-Cola

Для Coca-Cola в России важно доверие клиентов и потребителей, а также общества, в котором мы ведем бизнес. Поэтому мы неукоснительно соблюдаем нормы закона и деловой этики и тщательно следим за тем, чтобы наши принципы разделяли все наши сотрудники и партнеры.

В 2019 году мы обновили Кодекс делового поведения, в котором закреплены все принципы деловой этики Coca-Cola HBC Россия. В новой версии Кодекса мы, во-первых, отреагировали на законодательные изменения в сфере обеспечения конфиденциальности и защиты персональных данных. Во-вторых, мы поменяли форму подачи материала и добавили ряд примеров из практики, сделав Кодекс более понятным и легким для восприятия. Наконец, мы обновили Руководство по антикоррупционной политике, включив в него больше актуальных примеров из практики. Неизменной осталась наша абсолютная нетерпимость к проявлениям коррупции.

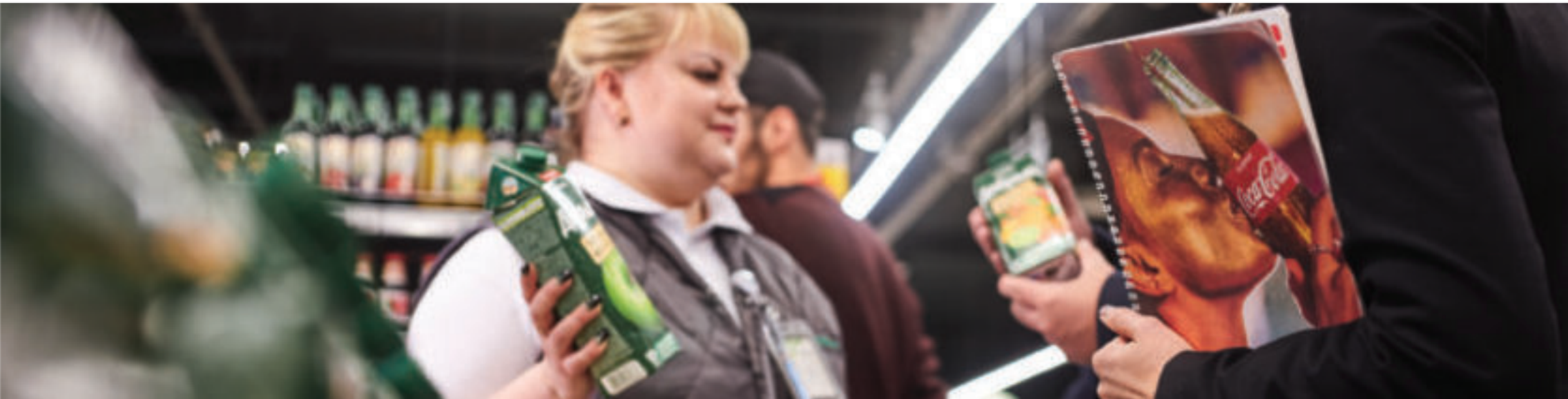
Что нам удалось в 2019 году

Увеличили количество антикоррупционных тренингов, что помогло повысить осведомленность всех сотрудников

Издали новое, более емкое и практичное **Руководство по антикоррупционной политике**

Сделали **Кодекс делового поведения** более доступным и легко применимым на практике.

Не зафиксировали **ни одного** подтвержденного случая коррупции в Coca-Cola в России



Как это работает

«У нас накопилось много кейсов, которыми можно иллюстрировать применение деловой этики на практике. Например, коллеги из отдела по работе с персоналом спрашивали, можно ли нанять сотрудника, если у него в компании трудится супруг или близкий родственник. Мы не отрицаем возможности возникновения между сотрудниками близких отношений и не возражаем против того, чтобы у нас работали члены одной семьи. Однако, если партнеры работают в одном отделе или в прямом подчинении друг у друга, вероятен конфликт интересов. В этом случае мы просим сотрудников уведомлять об этом компанию».

Татьяна Паняева,
директор по юридическим вопросам,
Coca-Cola HBC Россия

Деловая этика: усилили обучение антикоррупционной политике

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

В 2019 году мы изменили подход к оценке факторов, определяющих так называемую группу риска. По итогам года в эту категорию попадают 284 сотрудника Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон», которые взаимодействуют с представителями государственных органов: специалисты по закупкам, специалисты по защите активов, часть сотрудников отдела продаж, юристы и топ-менеджмент. Все они прошли дополнительные усиленные тренинги по противодействию коррупции.

В результате в Coca-Cola в России не было зарегистрировано **ни одного подтвержденного случая коррупции** за отчетный период.

0 случаев коррупции

зарегистрировано в Coca-Cola в России в 2019 году

100% подразделений

Coca-Cola в России были оценены с точки зрения коррупционных рисков

100% сотрудников

Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон», состоящие в группе риска, прошли углубленное обучение по антикоррупционной политике в 2019 году

100% сотрудников

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» были ознакомлены с антикоррупционными политиками и процедурами и прошли соответствующие тренинги в 2019 году

100% топ-менеджеров

Coca-Cola в России проходят антикоррупционные тренинги в обязательном порядке

Все, кто приходит на работу в Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон», обязаны пройти антикоррупционный тренинг в течение 60 дней после приема. Сеть обучающих программ ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» также охватывает всех сотрудников. В 2019 году в компании обновился штат, и мы проследили, чтобы все новые сотрудники получили знания в области деловой и антикоррупционной политики.

Наши принципы распространяются не только на сотрудников, но и на партнеров. Так, все бизнес-партнеры Coca-Cola в России уведомлены об обязанности соблюдать антикоррупционную политику компании и соответствующее законодательство.

Как это работает

«Каждый новый сотрудник, выходящий на работу в ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», проходит вводный антикоррупционный тренинг. Сотрудники юридической функции рассказывают о принятых в компании правилах, делая особый акцент на политике по борьбе с коррупцией. На глобальном уровне также обязательны ежегодные онлайн-тренинги, включающие мини-экзамены. Их проходят все сотрудники без исключения — от топ-руководителей до ассистентов».

Сергей Левин,
советник по правовым вопросам,
ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

Что мы планируем сделать в 2020 году

Сохранить существующие практики и провести **антикоррупционные тренинги для 100% сотрудников** целевых категорий всех компаний Coca-Cola в России

Провести **тренинг по новому Кодексу делового поведения** для всех сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон»

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

Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора

Закупки — это основополагающая часть бизнеса, от них во многом зависит качество производимой продукции и сервиса. Coca-Cola в России строго подходит к вопросам отбора поставщиков. Все поставщики ингредиентов и материалов проходят ряд аудитов на соответствие нашим требованиям в области устойчивого развития.

В 2019 году мы сфокусировались на совершенствовании сертификации поставщиков и стали шире применять платформу EcoVadis, которая позволяет оценивать партнеров по принципам устойчивого развития. Это сделало комплексную оценку поставщиков Coca-Cola HBC Россия на соответствие принципам устойчивого развития более независимой.

Мы стараемся закупать как можно больше ингредиентов и материалов у российских компаний. Уже три года доля локальных закупок стабильно держится на уровне **~96%** от общего числа поставок (без учета концентрата). Помимо стимулирования экономической активности в регионах присутствия, такой подход способствует развитию бизнеса местных поставщиков и приведению его в соответствие с международными стандартами в области качества и охраны окружающей среды.

Что нам удалось в 2019 году

Сохранили высокий уровень закупок локальных ингредиентов и материалов — доля закупок у российских компаний составляет **~96%** от всех прямых закупок(без учета концентрата)

Оценили **34** поставщика на соответствие требованиям **Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGP)** с помощью платформы EcoVadis

Обновили **Руководящие принципы в работе с поставщиками**: в них были добавлены требования к качеству и безопасности пищевых продуктов, охране труда и здоровья, охране окружающей среды для поставщиков, оказывающих транспортные и складские услуги и осуществляющих поставку товаров для Coca-Cola в России

Аудиты поставщиков: сделали внутреннюю оценку более независимой

От закупленных ингредиентов и материалов напрямую зависит 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, а также социальный аудит. В ходе социального аудита проверяется соответствие претендента требованиям корпоративной социальной ответственности, заложенным в «Руководящих принципах для поставщиков» The Coca-Cola Company (Supplier Guiding Principles) и отражающим приверженность общим ценностям компании и этическим нормам. По итогам проверки при необходимости составляется план корректирующих действий, поставщик принимает его в реализацию, получает подтверждающий сертификат, после чего начинает работу с компаниями Coca-Cola в России.

Помимо этого, поставщики первичной упаковки и ингредиентов обязаны пройти сертификацию по пищевой безопасности по одной из схем, признанных международной ассоциацией Global Food Safety Initiative (GFSI). Сертификация и ее поддержание постоянно отслеживается ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг».

100% поставщиков

Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» прошли оценку на соответствие международным стандартам пищевой безопасности GFSI

Взгляд партнеров

« Заводы «СИБУР Холдинга» напрямую поставляют Coca-Cola в России термопластичные полимеры (ПЭТ). Мы заботимся о качестве нашего продукта, поэтому наши производства регулярно проходят аудиты и проверки качества — и в рамках сотрудничества с Coca-Cola в России, и отдельно. Независимое мнение о качестве продукции или производственных процессов позволяет нам со стороны взглянуть на недостатки и по возможности улучшить результат.

Как крупнейшая нефтехимическая компания России, мы следим за тем, чтобы все наши производства были максимально экологичными. Для этого в нашей стратегии прописан ряд показателей по устойчивому развитию, которые мы интегрировали в бизнес-процессы. Лояльность со стороны ключевых клиентов, таких как Coca-Cola в России, очень важна для нас. Сотрудничество с Coca-Cola в России подтолкнуло нас к новым решениям по производству вторичных полимеров, позволяющим вовлекать отходы в производственный цикл. Тем самым мы делаем наши производства еще устойчивее и предоставляем оптимальное решение для потребителей продукции ООО «СИБУР».

Сергей Овсянников, главный эксперт функции «Устойчивое развитие» ООО «СИБУР»

В дополнение к этим аудитам Coca-Cola HBC Россия разработала дополнительные требования и ежегодно проводит собственную комплексную оценку поставщиков на соответствие принципам устойчивого развития. В 2019 году компания стала шире применять для этого независимую платформу EcoVadis. Ранее мы просили участников стратегических тендеров самостоятельно оценивать свою компанию, а теперь оценку им выставляет независимая платформа. Благодаря этому в 2019 году мы впервые отошли от определения «лучших» поставщиков. Наш фокус переместился с мотивации партнеров на более строгое соответствие стандартам. Использование платформы крайне полезно и для самих поставщиков: она позволяет определить конкретные области бизнеса, нуждающиеся в улучшении, а также предоставляет возможность сопоставления своих показателей с результатами компаний-аналогов.

В 2019 году независимую оценку на платформе EcoVadis получили **34 поставщика**, а всего через платформу было проверено 48 компаний. Это одни из наших ключевых партнеров, у которых мы закупаем **почти 30%** всех ингредиентов и материалов.

Подробнее о том, как мы обеспечиваем качество продукции и пищевую безопасность, — здесь.

Взгляд изнутри

«EcoVadis — известная международная платформа, позволяющая компаниям отслеживать показатели устойчивого развития своих поставщиков. Требования по устойчивому развитию к ним предъявляет не только Coca-Cola в России, это давно стало нормой: если поставщик планирует работать с крупными международными компаниями, он должен обеспечить соответствие высоким стандартам в области качества, экологии, защиты окружающей среды и устойчивого развития. Сертификат EcoVadis принимается большинством компаний на рынке и может быть использован для начала сотрудничества с ними. Привлекая поставщиков на платформу, мы способствуем позитивным изменениям во всей индустрии».

Михаил Попов,
директор по закупкам по стране,
Coca-Cola HBC Россия

Цепь поставок: сокращаем затраты на логистику за счет локализации

Важная часть стратегии Coca-Cola в России по развитию цепи поставок — локализация производства в местах ключевого потребления. Поэтому мы стараемся закупать ингредиенты и материалы у поставщиков, расположенных близко к заводам. В рамках этой стратегии в 2019 году мы продолжили проект по установке линии по выпуску алюминиевых банок на заводе Coca-Cola HBC Россия в Новосибирске. Запуск линии позволит обеспечить баночной продукцией весь рынок Сибири и Дальнего Востока, оптимизировать логистику и сократить выбросы CO_2 в атмосферу от использования транспорта.

Стали закупать больше сырья у производителей, отвечающих стандартам устойчивого сельского хозяйства

Одно из обязательств в области устойчивого развития Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG, частью которой является Coca-Cola HBC Россия, — к 2025 году добиться того, чтобы 100% объема сырья ключевых категорий соответствовали принципам устойчивого сельского хозяйства.

В 2019 году мы сделали большой шаг на пути к этой цели и добились поставки **37%** ключевых категорий концентрированных соков и пюре от сертифицированных производителей, ведущих деятельность в соответствии с принципами Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGP). В 2018 году этот показатель составлял всего 6%. Как нам это удалось — читайте здесь.

Что мы планируем сделать в 2020 году

Продолжать планомерно увеличивать долю объема закупок ключевых сельскохозяйственных компонентов в соответствии с принципами устойчивого сельского хозяйства

Закупать экстракт чая для продукции FUZETEA только у поставщиков, внедривших на своих фермах принципы организации Rainforest Alliance. Эти принципы включают заботу о сохранении биоразнообразия и развитии устойчивого сельского хозяйства

Провести День устойчивого развития с поставщиками, где мы расскажем партнерам о наших целях

Шаг 5

Увеличили долю закупок сельскохозяйственного сырья в соответствии с принципами устойчивого развития

Для Coca-Cola в России важно вести деятельность в соответствии с принципами устойчивого развития на всех уровнях, в том числе на уровне производителей сельскохозяйственной продукции. Закупка сырья у местных производителей помогает снижать количество выбросов при транспортировке и сокращает негативное воздействие на окружающую среду, а также способствует стимулированию экономической активности в регионах присутствия. Кроме того, это помогает поддерживать жителей сельских районов, а это один из пяти принципов устойчивого производства продовольствия и ведения сельского хозяйства Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН.

Что нам удалось в 2019 году

Мы существенно увеличили долю закупок сырья для производства соков, нектаров, морсов и сокосодержащих напитков у российских производителей. **28% совокупных закупок** для производства соковой продукции (в натуральном выражении) составило отечественное сырье. Это примерно **на 10 п.п. больше**, чем в 2018 году

37% 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 6 раз** по сравнению с 2018 годом

Более половины сырья для сокового производства закупили в России

Один из важных критериев устойчивого развития Coca-Cola в России — использование местного сырья. С 2016 года АО «Мултон» планомерно увеличивает долю закупок сырья из фруктов, выращенных российскими фермерами. В 2019 году объем сырья, потенциально возможного к производству из пригодных для выращивания в России фруктов и овощей, составил 55%. Остальное сырье локализовать нельзя, так как оно производится из фруктов, не растущих в российском климате.

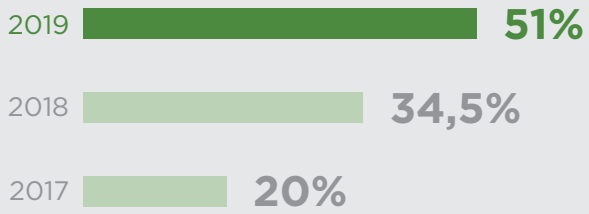
В 2019 году мы планировали локализовать **35% от потенциально пригодного к локализации объема сырья**, но перевыполнили план и локализовали **51%** от этого объема (34,5% в 2018 году).

Доля отечественного сырья в натуральном выражении **в совокупных закупках сырья** для сокового производства составила **28%** (18,8% в 2018 году). Таким образом, более четверти всего сырья концентрированных соков и пюре, используемого продукции АО «Мултон», закупается у российских производителей.

100%

продукции АО «Мултон» производится на заводах, сертифицированных третьей стороной в соответствии с международными стандартами в области систем менеджмента качества и пищевой безопасности

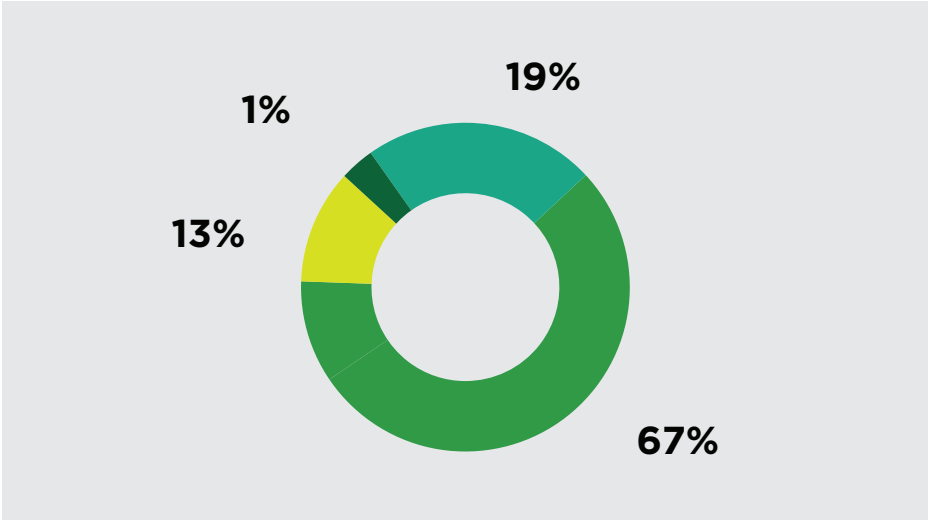
Динамика локализации сельскохозяйственного сырья*



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

В 2019 году мы стали закупать у российских производителей на 17% больше концентрированного яблочного сока по сравнению с 2018 годом. Прирост удалось обеспечить за счет сотрудничества с новыми сельскохозяйственными производителями. В их числе — завод в Воронеже по производству концентрированного яблочного сока, где в прошлом году завершились работы по увеличению мощностей, и новое предприятие в Краснодаре по переработке яблок и производству яблочного пюре.
В 2020 году мы планируем на 100% локализовать закупки яблочного пюре. Кроме того, АО «Мултон» продолжает сотрудничать с производителем томатной пасты из Астрахани.

Что мы закупаем в России для производства соковой продукции



67%
Концентрированный яблочный сок

13%
Концентрированное яблочное пюре

19%
Томатная паста

1%
Концентрированные соки и пюре из ягод

Шаг 5. Увеличили долю закупок сельскохозяйственного сырья

Среди наших партнеров стало больше устойчивых производителей

Для развития практик устойчивого сельского хозяйства на глобальном уровне поставлена цель — к 2025 году добиться того, чтобы 100% объемов сырья ключевых категорий в цепочке поставок отвечало стандартам продукции устойчивого сельского хозяйства. Эта цель крайне амбициозна и распространяется на ключевые ингредиенты, среди которых подсластители, отдельные категории фруктов и овощей и другие*. Для достижения поставленных целей Coca-Cola разработала Руководство по развитию устойчивого сельского хозяйства.

В 2019 году в АО «Мултон» в шесть раз увеличили объем сырья для сокового производства, закупленного у производителей, ведущих деятельность в соответствии с принципами устойчивого сельского хозяйства Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGP). Если в 2018 году всего 6% поставленного объема ключевых концентрированных соков и пюре соответствовали принципам SAGP, то в 2019 году поставленный объем возрос до 37%. На соответствие принципам SAGP на конец 2019 года были оценены 34 поставщика сырья для сокового производства (это на 13% больше, чем в 2018 году).

* Виды ингредиентов, производители которых подлежат специальной сертификации: подсластители (тростниковый сахар, свекольный сахар, кукуруза/сироп с высоким содержанием фруктозы, стевия), фрукты, овощи (яблоко, апельсин, персик, томат, лимон, манго, виноград), иные ингредиенты (кофе, чай, соя, пальмовое масло, целлюлоза и бумага).

SAGP

34 производителя сырья

для сокового производства оценены на соответствие принципам устойчивого сельского хозяйства SAGP по итогам 2019 года — это **на 13% больше**, чем в 2018 году

Одним из ключевых сельскохозяйственных ингредиентов, закупаемых для производства продукции Coca-Cola в России, является сахар. Как один из крупнейших закупщиков сахара на рынке, мы отдаем себе отчет в том, что не все российские поставщики этого продукта на 100% соответствуют требованиям устойчивого развития. Поэтому мы побуждаем производителей сахара проходить аудит и получать независимую оценку на соответствие стандартам SAGP. Этот процесс требует времени, усилий и материальных вложений — так, на подтверждение нового производителя сахара уходит не менее года. Мы благодарны нашим партнерам за то, что они разделяют наши ценности и думают не только о сиюминутной выгоде, но и о нашем общем вкладе в развитие устойчивого сельского хозяйства в России.

В 2019 году **81,7%** поставленного сахара соответствовали принципам Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGP). Снижение этого показателя по сравнению с 2018 годом (тогда он составил 94,13%) вызвано вовлечением нового поставщика, который на конец 2019 года находился в процессе получения сертификации SAGP. Мы ожидаем, что в 2020 году этот показатель вернется на прежнюю отметку.

Какие требования мы предъявляем к партнерам в отношении устойчивой цепочки поставок? Все потенциальные партнеры Coca-Cola в России должны пройти независимый аудит и получить сертификацию электронной платформы Sustainable Agriculture Initiative (SAI). Еще одно обязательное условие для сотрудничества — соответствие всем 15 принципам и 69 критериям SAGP, касающимся не только качества продукции, но и условий труда и уровня энергосбережения.

Что мы планируем сделать в 2020 году

Продолжим оценивать производителей сельскохозяйственной продукции на соответствие принципам устойчивого развития и помогать им успешно проходить эту оценку

Будем и дальше работать с локальными производителями яблок, чтобы со временем на 100% локализовать производство яблочного пюре в России

Продолжим работать над локализацией остального сельскохозяйственного сырья при соблюдении прежнего принципа — выбирать наиболее конкурентных производителей по качеству сырья и ценовому предложению

Взгляд изнутри

«В ходе независимого аудита производителей сельскохозяйственной продукции могут всплывать недостатки. Часть из них легко устранима в процессе, а часть требует от наших партнеров вложений. Необходимость инвестиций в сады и фермерские хозяйства на рынках фруктов — главная причина, по которой процесс сертификации фермеров и производителей сырья происходит не так быстро, как нам бы хотелось. Наглядный пример — яблочный сок. Для его производства используются так называемые столовые яблоки — те же фрукты, которые поступают на прилавки магазинов. В среднем 90% яблок сады отправляют ритейлерам и только 10% — на производство сока. При этом у магазинов пока отсутствует массовая практика мотивировать сады проходить аудиты и сертификацию по международным стандартам, соответствующим SAGP».

Наталья Тимофеева, старший менеджер отдела закупок, АО «Мултон»

6 шаг

Вошли в число стран-лидеров по качеству продукции

ekrestok.ru

Контроль за производством продукции Coca-Cola в России отлажен на всех уровнях и этапах: от закупки ингредиентов и материалов до доставки и дальнейшей реализации продукции. Мы стабильно поддерживаем высочайшее качество продукции, и в 2019 году наши успехи признали на уровне Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG: Coca-Cola HBC Россия впервые вошла в десятку лучших стран-производителей по внутренней системе оценки управления качеством «Матрица зрелости», обогнав Австрию, Грецию и Ирландию, а завод Coca-Cola HBC Россия в Ростове-на-Дону оказался в тройке лидеров в рейтинге лучших заводов Группы.

Мы стали еще тщательнее следить за соблюдением высоких стандартов работы поставщиков и сотрудников на производствах Coca-Cola в России и систематизировали процесс обучения персонала по вопросам качества и пищевой безопасности.

Благодаря модернизации оборудования и отлаженной системе контроля на всех уровнях производственного процесса мы улучшили ключевые показатели качества продукции. Не менее важное направление деятельности — обеспечение неизменно высокого качества сервиса при доставке нашей продукции. В 2019 году мы внедрили инновационную систему контроля и управления ключевым показателем DIFOTAI*, что помогло нам увеличить его значение на 1,3 п.п. по сравнению с 2018 годом.

* DIFOTAI (Delivered in Full on Time Accurately Invoiced) — показатель характеризует долю заказов, доставленных в полном объеме, вовремя и в сопровождении корректных документов.

Что нам удалось в 2019 году

86%

достигли по «Матрице зрелости» (**+6 п.п.** к 2018 году) и вошли в топ-10 стран Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG по данной системе оценки

В 4 раза

снизили количество продукции с потенциальным дефектом на 1 млн бутылок по сравнению с 2018 годом

100%

внедрили программное обеспечение SPC tool на всех заводах Coca-Cola в России — эта система позволяет непрерывно контролировать ключевые показатели качества продукции

На 1,3 процентных пункта

улучшили главный показатель оценки качества сервиса при доставке продукции DIFOTAI по сравнению с 2018 годом

100%

внешних аудитов успешно пройдено

Выявили в рознице **на 0,09% меньше** соковой продукции и **на 0,2% меньше** газированных напитков с истекшим сроком годности, чем в 2018 году

«Матрица зрелости»: мы в десятке лучших по качеству продукции

По итогам года Coca-Cola HBC Россия смогла не только сохранить прошлогодний результат роста по «Матрице зрелости» (+4 п.п. по отношению к 2017 году), но и улучшить его: прирост показателя в 2019 году составил **+6 п.п.** к 2018 году. В этом году нам впервые удалось достичь уровня **«Ключевые ценности»***. В 2018 году мы поставили себе только 4+ по этому показателю. Теперь мы можем смело поставить себе оценку «отлично»!

100%

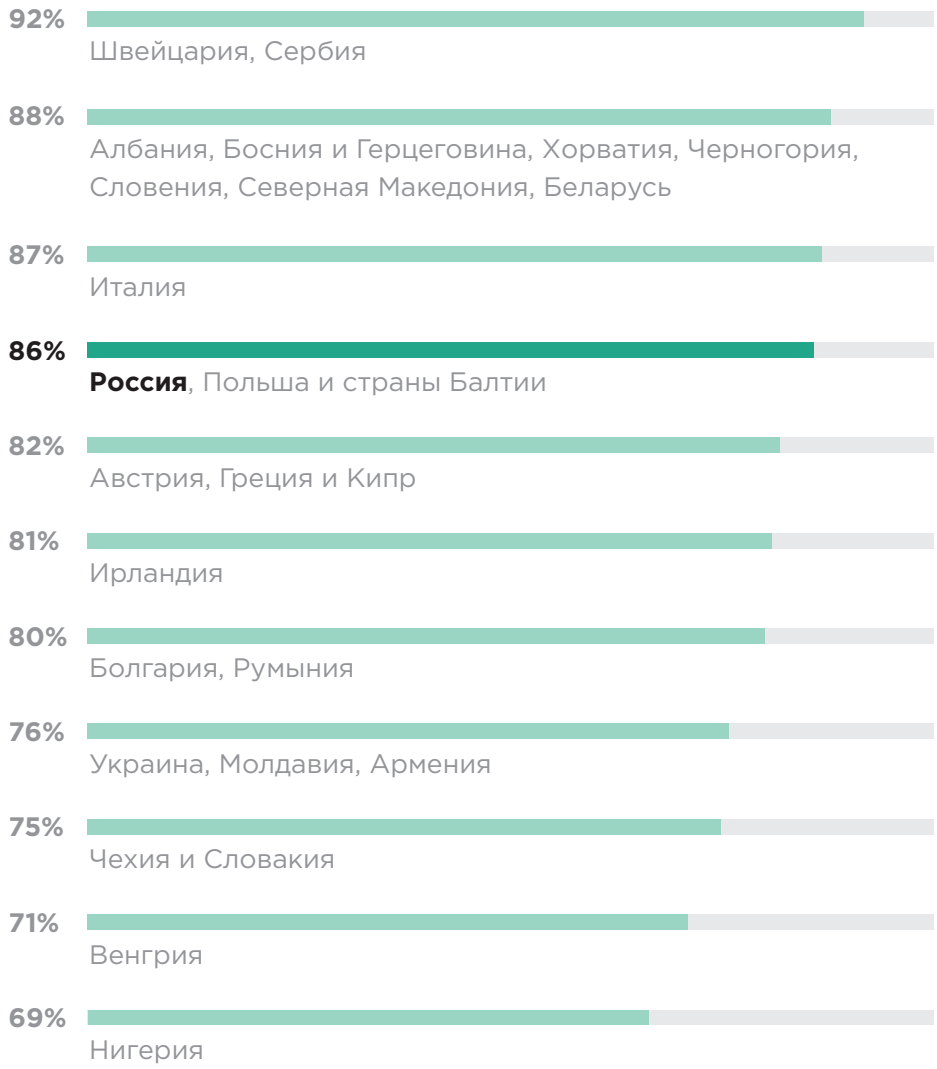
заводов Coca-Cola в России сертифицированы в соответствии с международными стандартами в области качества и пищевой безопасности ISO 9001 и FSSC 22000

100%

внешних аудитов успешно пройдено в 2019 году

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

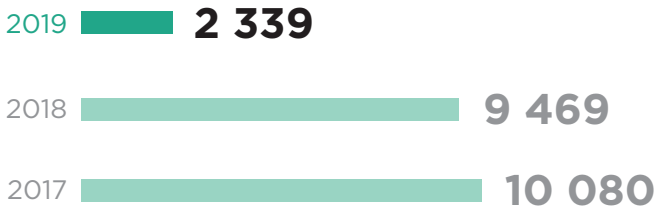
Рейтинг стран Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG в «Матрице зрелости»

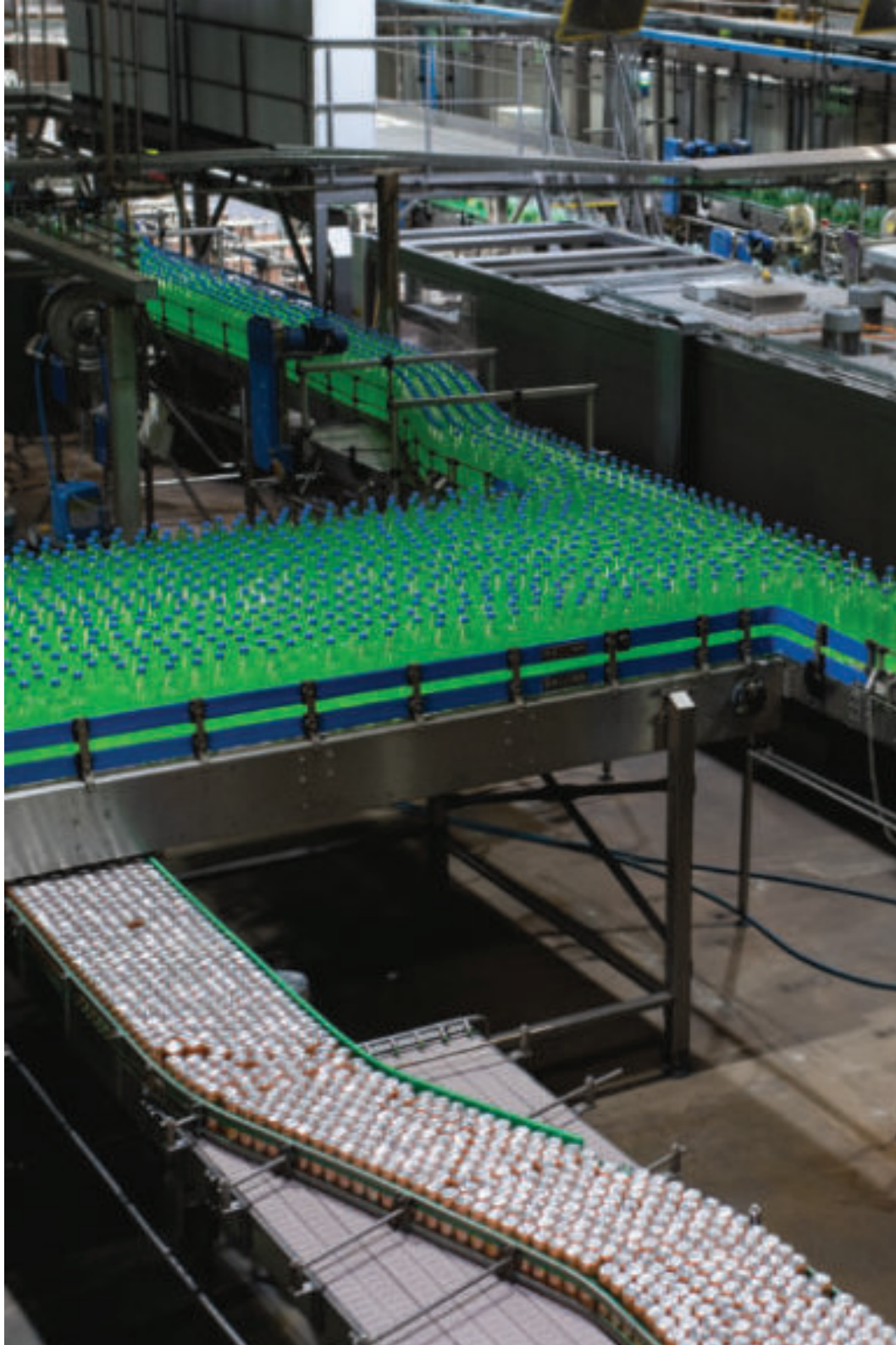


Управление качеством: свели количество дефектов к минимуму

В 2019 году мы продолжили улучшать систему управления качеством и внедрили программное обеспечение SPC Tool еще на шести заводах компании — теперь ею оснащены все производственные площадки Coca-Cola в России. Эта система позволяет непрерывно контролировать производство по нескольким критичным для качества параметрам, оперативно выявлять и реагировать на сбои в технологическом процессе. Мы также добавили к базовой комплектации SPC Tool дополнительные модули, например, обработку данных микробиологических тестов и оценку параметров качества упаковки (толщину стенок ПЭТ-бутылки и качество шва банки). Мы модернизировали укупорочное оборудование на заводе во Владивостоке, что помогло снизить количество бутылок с потенциальным дефектом на этом заводе на 92% по сравнению с прошлым годом — это **более чем в четыре раза.**

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





Стали одними из лучших по индексу культуры качества и пищевой безопасности

В 2019 году мы провели независимый опрос всех сотрудников функции производства Coca-Cola в России на предмет понимания принципов культуры качества и пищевой безопасности. Благодаря тому, что исследование проводилось независимым поставщиком с более чем 40-летним опытом оценки уровня культуры качества в большой выборке организаций, оказалось возможным сравнить результаты Coca-Cola в России с ведущими мировыми компаниями в индустрии напитков. Результатами этого исследования можно, без ложной скромности, гордиться — Coca Cola в России вошла в число лучших компаний в индустрии напитков по всему миру по уровню культуры качества и пищевой безопасности. Несмотря на впечатляющий результат, мы составили план действий, нацеленный на повышение уровня ответственности у персонала, отвечающего за поддержание качества и безопасности продукции.

Для этого мы провели работу в трех направлениях

Позаимствовали у коллег из функции охраны труда практику проведения **Toolbox Talks** — 5-минутных регулярных бесед с персоналом на тему качества и безопасности продукции. В 2019 году в ходе таких бесед мы подробно обсуждали правила поведения на производстве и детально рассматривали недавние инциденты. Например, мы проговаривали с каждым оператором правила личной гигиены и использования спецодежды и проверяли степень усвоения материала.

Внедрили понятие **Near Mess** — по аналогии с уже существовавшими Near Miss и Near Loss. Это ситуация, которая потенциально может привести к выпуску некачественной продукции. Совместно с коллегами из функции охраны труда мы запустили мобильное приложение, дающее возможность быстро подать заявки Near Miss / Near Loss / Near Mess и даже прикрепить фотографию для подтверждения несоответствия. Все заявки попадают в единую базу и передаются ответственным за данный участок лицам для оперативного устранения.

Систематизировали и стандартизировали процесс обучения персонала в области качества и безопасности пищевой продукции. Теперь все материалы для сотрудников переведены в электронный формат и загружены на обучающий портал HELO, где можно пройти соответствующий тренинг и ответить на контрольные вопросы.

Аудиты поставщиков: усовершенствовали процессы отбора

От закупленных ингредиентов и материалов напрямую зависит качество нашей продукции. Мы предъявляем поставщикам ингредиентов и материалов жесткие требования и применяем двойной контроль при их отборе. Мы мотивируем их строго контролировать качество поставляемой продукции и внедрять принципы устойчивого развития бизнеса.

Подробнее о том, как мы осуществляем проверку поставщиков, здесь.

Качество доставки: улучшили сервис

В 2019 году ключевой показатель оценки качества доставки продукции клиенту DIFOTAI составил **97,13%, увеличившись на 1,3 п.п.** по сравнению с 2018 годом. Улучшить уровень сервиса удалось прежде всего благодаря повышению эффективности логистической цепи Coca-Cola в России и внедрению инновационного проекта по рутине контроля и управления показателем на всех уровнях менеджмента, функций и регионов компании — «Пирамиды DIFOTAI».

По результатам 2019 года функция логистики Coca-Cola HBC Россия впервые в истории стала лучшей среди 28 стран Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG в групповом рейтинге Logistics Excellence Award, который измеряет три основных параметра: вовлеченность, функциональные показатели и инновации. А Илья Елецких, директор по логистике Coca-Cola HBC Россия, стал лидером в отрасли среди директоров по логистике и цепям поставок в рейтинге ИД «КоммерсантЪ» и Ассоциации менеджеров «Топ-1000 российских менеджеров».

97,13%

составил показатель DIFOTAI: (**+1,3 п.п.** к 2018 году)

7,6 млн

заказов обработано

Обращения и жалобы: усилили систему проверки

Мы постоянно совершенствуем систему работы с жалобами потребителей, чтобы в случае выявления дефекта устранить проблему раз и навсегда. В 2019 году мы перешли на использование новой платформы Nexus, которая позволяет регистрировать поступившие жалобы и запускать служебное расследование на заводе и точке продаж.

По сравнению с 2018 годом **количество жалоб** потребителей на качество наших напитков увеличилось на 0,03 п.п. и составило **0,17** на **1 млн бутылок** готовой продукции. Проверка большей части обращений не выявила дефектов в продукции и была связана с индивидуальными вкусовыми восприятиями потребителей. Часть из подтвердившихся жалоб была связана с соковой продукцией. Мы проанализировали причины и пришли к выводу, что именно соки чаще других напитков страдают от несоблюдения правил транспортировки и хранения. В связи с этим мы приняли следующие меры:

- нанесли дополнительные пояснения на упаковку по разгрузке и выкладке продукции;
- стали призывать покупателей обращать внимание на герметичность упаковки и не покупать товар со следами ее повреждения;
- начали обучать клиентов правильным условиям хранения и обращения с нашей продукцией на складах и полках магазинов.

39 780

обращений на горячую линию поступило в 2019 году, из них **1,1%** — жалобы потребителей на качество напитков

Как это было

«Выявление и устранение дефектов в связи с каждой поступившей жалобой — неотъемлемая часть стратегии устойчивого развития компании. В Coca-Cola HBC Россия мы отточили этот процесс до мелочей. При любых несоответствиях нашей продукции высочайшим стандартам качества по итогам расследования мы делаем все для исключения возможности повторения инцидента: проводим комплексный аудит всех производственных процессов на всех заводах Coca-Cola в России, ужесточаем контроль и вводим регулярные проверки».

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

Что мы сделали еще для улучшения качества в 2019 году

Распространили **методику микробиологического анализа ПЦР** (полимеразной цепной реакции) на завод Coca-Cola HBC Россия в Новосибирске (теперь она применяется на трех заводах в России); эта методика позволяет быстрее, чем с помощью обычных методов анализа, тестировать пищевую продукцию на отсутствие патогенных и других микроорганизмов и значительно быстрее допускать продукцию до отгрузки клиентам

Привели к единым стандартам Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG программы мойки и санитарной обработки технологического оборудования на всех заводах Coca-Cola в России, учитывая возможности сокращения потребления воды и энергии без ущерба для качества отмывки и высоких стандартов гигиены

Что мы планируем сделать в 2020 году

Повысить индекс «Матрицы зрелости» на 1–2 п.п. и сохранить позиции в Высшей лиге стран Группы Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG на уровне «Ключевые ценности»

Продолжить обучение ключевых клиентов по вопросам хранения продукции и правильного обращения с товаром

Обеспечить показатель качества доставки DIFOTAI на уровне 97,4%

Шаг 7

Ответственное потребление: меньше сахара, больше прозрачности

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. В 2019 году совместно с другими производителями — членами Союза производителей безалкогольных напитков и минеральных вод — мы подписали добровольное соглашение в отношении базовых принципов и подходов к составу, маркировке и маркетингу безалкогольных напитков в России. Это соглашение стало огромным шагом вперед для всей индустрии: крупнейшие игроки рынка определили обязательства с учетом актуальных запросов и предпочтений потребителей, чтобы содействовать развитию культуры рационального потребления и заботы о здоровье населения.

В 2019 году мы продолжили снижать калорийность продукции и выпустили на рынок новые напитки без сахара или с пониженным содержанием сахара в разных категориях. К числу газированных напитков добавились Fanta Dark Mystery с пониженным содержанием сахара и Coca-Cola Cinnamon со вкусом корицы без сахара. Мы запустили новую линейку 100% соков «Добрый» без добавленного сахара, питьевые пюре «Добрый Смуззи» без добавления сахара и 100% соки прямого отжима Rich Superfruits. Наконец, мы выпустили на рынок первый энергетический напиток под брендом Coca-Cola — Coca-Cola Energy, доступный сразу в двух вариантах, с сахаром и без, чтобы дать покупателям больше выбора.

Мы всегда выступали за прозрачность коммуникаций с потребителем, поэтому одними из первых в России поддержали инициативу Роспотребнадзора по введению добровольной цветовой маркировки пищевой продукции «Светофор». Она 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) в пересчете на одну порцию и выделяются цветом — красным, желтым или зеленым. В 2019 году маркировка появилась на всей продукции под товарным знаком Coca-Cola, выпускаемой в ПЭТ-бутылках.

Что нам удалось в 2019 году

Кодекс добровольных обязательств

Совместно с другими производителями подписали соглашение о принятии добровольных обязательств, в том числе по снижению содержания сахара в напитках **на 10% к концу 2024 года**, введению в ассортимент новых напитков в упаковках объемом менее 0,5 л и использованию дополнительных инструментов для информирования потребителей о составе и свойствах продукции

127 вариантов напитков

под **18 брендами** предлагаем теперь — это на 17 разновидностнй больше, чем в 2018 году

На 7%

увеличили продажи безалкогольных газированных **напитков в небольших упаковках (0,33 л и менее)** по сравнению с 2018 годом, а продажи соковой продукции в аналогичной упаковке **выросли почти на 11%**

Светофор

Внедрили **«светофорный» тип маркировки** для всех напитков линейки Coca-Cola в ПЭТ-упаковке

Снизили количество сахара в напитках и уменьшили объем упаковки

4 декабря 2019 года Coca-Cola в России и ряд других компаний-участников Союза производителей безалкогольных напитков и минеральных вод (СПБН) при поддержке Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) подписали Кодекс добровольных обязательств. Тем самым мы вместе с другими российскими и международными производителями безалкогольных напитков официально взяли на себя добровольные обязательства в отношении состава, маркировки и маркетинга безалкогольных напитков, производимых или продвигаемых нами на российском рынке для развития культуры рационального потребления. Так, мы закрепили намерение по **снижению количества сахара в напитках на 10% к концу 2024 года**. Мы не проводим эти изменения резко, чтобы не оттолкнуть тех, кто предпочитает сладкие напитки или опасается подсластителей. Для нас важно сделать процесс плавным и помочь покупателям сформировать новые привычки ответственного потребления.

Кодекс добровольных обязательств — комплексный документ, учитывающий актуальные запросы и предпочтения потребителей. Помимо снижения содержания сахара в напитках, документ включает ряд других обязательств для производителей, в том числе **введение в ассортимент напитков в упаковках объемом менее 0,5 л** и использование дополнительных инструментов для информирования покупателей о составе и свойствах продукции.

В рамках стратегии «Наш путь вперед» мы стремимся к тому, чтобы наши напитки были доступны в упаковках меньшего объема, чтобы помочь потребителям контролировать свой рацион, и в 2019 году мы продолжили выпускать на рынок напитки в маленькой упаковке. Так, на конец отчетного периода около **1/3** всех безалкогольных газированных напитков в портфеле Coca-Cola в России уже продавались в упаковке 0,33 л и менее, при этом их продажи по сравнению с 2018 годом выросли больше чем **на 7%**. Рост продаж напитков в небольшой упаковке (0,33 л и менее) по сравнению с 2018 годом мы наблюдали также и в категории соковой продукции — он составил почти **11%**.

Coca-Cola в России **практикует ответственный подход к маркетингу** и исключает прямую рекламу для аудитории, более 35% которой составляют дети младше 12 лет. Этот подход применяется к рекламе на телевидении и радио, в интернете и печатных изданиях. Мы рады, что в 2019 году в рамках соглашения нашу позицию поддержали и другие участники индустрии. Документ также официально зафиксировал обязательство, которому Coca-Cola в России следует уже давно: не продавать газированные напитки в школах и не раздавать напитки бесплатно вблизи школ и детских учреждений. Дети не могут критически воспринимать рекламу и больше ориентированы на удовольствие от напитков, чем взрослые, поэтому мы считаем необходимым снизить доступность сладких напитков для них.

Взгляд изнутри

«Мы последовательно реализуем инициативы по снижению калорийности производимых напитков. Это отвечает ожиданиям современного потребителя, которому мы уже сейчас предоставляем широкий выбор низкокалорийных и бескалорийных напитков. При этом важно, чтобы процесс снижения числа калорий проходил постепенно и при поддержке всей индустрии. Осознавая ответственность, которая лежит на нас как на одном из лидеров рынка, мы в 2019 году предложили создать Комитет по саморегулированию на площадке Союза производителей безалкогольных напитков и минеральных вод (СПБН). Он разработал добровольные обязательства по снижению калорийности и призвал всех участников СПБН к ним присоединиться. Мы очень гордимся тем, что коллеги по индустрии поддержали нас. Способность брать на себя добровольные обязательства и дополнительную ответственность свидетельствует о зрелости индустрии и договороспособности ее ключевых участников. Мы рассчитываем, что число производителей, присоединившихся к добровольным обязательствам по снижению калорийности, будет только увеличиваться».

Виталий Жигулин, директор по взаимодействию с органами власти и общественными организациями по стране, Coca-Cola HBC Россия

Выпустили больше новых напитков со сниженным содержанием сахара

Тренд на напитки со сниженным содержанием сахара продолжает набирать обороты в России и в ближайшие годы будет развиваться. Чтобы предложить еще больше выбора покупателям, которые осознанно относятся к питанию, в 2019 году мы выпустили на рынок новые напитки без сахара или со сниженным содержанием сахара сразу в нескольких категориях.

Газированные напитки

Fanta Цитрус

Вслед за «Fanta Апельсин» линейку продукции со сниженным содержанием сахара пополнила **«Fanta Цитрус»** — в рецептуре этих напитков стало на треть меньше калорий.

Coca-Cola Cinnamon

Пряный рождественский напиток со вкусом корицы без сахара и калорий.

Fanta Dark Mystery

Новый вкус и пониженное содержание сахара.

Энергетические напитки

Coca-Cola Energy

Первый на рынке энергетический напиток с классическим вкусом Coca-Cola в двух вариантах: с сахаром и без.

Соковая продукция

100% соки «Добрый»

Новая линейка 100% соков **«Добрый» без добавленного сахара** с пятью вкусами: «Яблоко», «Томат», «Яблоко-Цитрус», «Мультимикс» и «Яблоко-Виноград».

Добрый Смуззи

«Добрый Смуззи» со вкусами «Клубника-Банана Гоу», «Ягодный Дэнс», «Экзотик Рок» состоят на 100% из сочных и спелых фруктов и ягод без добавления сахара, консервантов и красителей.

Rich Superfruits

Новая линейка 100% соков прямого отжима **Rich Superfruits** с тремя вкусами: «Апельсин-Ацерола», «Малина-Ежевика-Асаи», «Яблоко-Киви-Шпинат» — в каждый из них входит суперфрукт с большой концентрацией полезных веществ.

В 2018 году популярность Coca-Cola без сахара среди покупателей резко взлетела, и продажи напитков выросли на 50% в объеме и на 64% в транзакциях по сравнению с 2017 годом. В 2019 году **нам удалось сохранить эти высокие показатели.**

Низкокалорийные и бескалорийные напитки вновь подтвердили свою актуальность: в 2019 году они составили около **1/3 от общего объема продаж безалкогольных газированных напитков** в портфеле Coca-Cola в России.

На 10,7%

снизилась калорийность наших газированных напитков с 2017 года (на 100 мл напитка)

~1/3

всех безалкогольных газированных напитков, выпускаемых Coca-Cola в России, продавалась в упаковке 0,33 л и менее

На 7%

выросли продажи безалкогольных газированных напитков в упаковке 0,33 л и менее, продажи соковой продукции в аналогичной упаковке выросли почти на **11%**

~1/3

доля напитков со сниженным или нулевым содержанием калорий в общем объеме продаж газированных безалкогольных напитков в портфеле Coca-Cola в России

Взгляд изнутри

« Тренд на здоровый образ жизни в России быстро развивался в 2019 году. Исследования показывают, что это было одной из главных тенденций в еде, напитках и многих других категориях товаров. По данным исследования GfK Healthy Trends*, основанного на данных потребительской панели GfK , 58% домохозяйств в России в 2019 году делали выбор в пользу более здоровых продуктов питания. Но понятие «здоровые» пока крайне субъективно и зависит от личного восприятия. Кто-то думает, что здоровой может быть только еда, приготовленная дома, другие считают такой только органические продукты. В любом случае этот тренд — отличная возможность для Coca-Cola в России устанавливать верные стандарты и подталкивать в этом направлении всю индустрию».

Светлана Миливоевич-Панев, директор по маркетингу в России, Беларуси и Украине, ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

* GfK Healthy Trends (о влиянии ЗОЖ-трендов на российского покупателя) — исследование о связи отношения к здоровому питанию и реального потребительского поведения. Исследование основано на данных потребительской панели GfK — насчитывает свыше 20 тысяч домохозяйств в городской и сельской России.

«Светофорная» маркировка: следить за рационом стало еще легче

Мы понимаем, что проблему лишнего веса и вредных пищевых привычек можно решить только при взаимодействии со всеми заинтересованными сторонами. В 2019 году мы одними из первых в России поддержали инициативу Роспотребнадзора по нанесению «светофорного» типа маркировки на упаковку пищевой продукции и безалкогольных напитков, что поможет потребителям соблюдать принципы здорового питания и делать осознанный выбор. Мы и раньше указывали на этикетке полный состав продуктов, калорийность и содержание сахара, но «светофорная» маркировка позволяет сделать это более наглядно. Для удобства покупателей мы указываем содержание каждого нутриента на 100 г продукта и на порцию 250 мл. Эти значения указываются как в абсолютных цифрах (количество граммов в одной порции и в 100 мл), так и в процентах от установленного рекомендуемого или среднесуточного потребления, посчитанных на одну порцию. Значения выделяются цветом (красный, желтый или зеленый), что значительно облегчает потребителю задачу составления индивидуального разнообразного и сбалансированного рациона.

Первые этикетки со «светофорной» маркировкой на ПЭТ-бутылках с напитками под товарным знаком Coca-Cola появились на полках в мае, а до конца 2019 года маркировка была нанесена на ПЭТ-бутылки всей линейки напитков Coca-Cola. Этот пилотный проект поможет нам получить информацию об осведомленности потребителей и их предпочтениях относительно маркировки. Мы будем рады поделиться результатами с Роспотребнадзором и примем решение по дальнейшему развитию проекта.

Следуя принципу максимальной прозрачности и доступности информации, мы уделяем значительное внимание исследованиям, подтверждающим безопасность нашей продукции. Так, в 2019 году по заказу нашей компании Федеральным государственным автономным учреждением «Национальный медицинский исследовательский центр здоровья детей» Министерства здравоохранения Российской Федерации было проведено клиническое исследование фруктовых и овощных соков под товарным знаком «Добрый». По результатам исследования было установлено, что соки подходят для ежедневного рациона дошкольников и школьников с учетом индивидуальных особенностей состояния здоровья. Полная версия исследования доступна здесь.

Взгляд изнутри

«Чтобы внедрить «светофорный» тип маркировки на бутылках, мы потратили почти два года на коммуникации с государственными органами, методическую работу и дизайн. Нам пришлось существенно изменить дизайн этикетки, что потребовало усиленной работы отдела маркетинга, но мы пошли на это, чтобы дать потребителям еще более прозрачную информацию о наших продуктах. Используемые в маркировке цвета — зеленый, желтый или красный — призваны информировать потребителя об уровне содержания различных нутриентов в порции продукта и облегчить задачу составления индивидуальной сбалансированной диеты. Красная маркировка некоторых нутриентов не означает, что вам следует избегать употребления этой продукции. Напротив, такие напитки могут быть частью сбалансированной диеты, но вам необходимо обратить внимание на свой рацион в течение дня. Например, в 250 мл классической Coca-Cola содержится 24% от суточной потребности в сахаре. Поэтому, если вы выпили порцию этого напитка, то, возможно, стоит ограничить себя в употреблении других продуктов с высоким содержанием сахара в тот же день».

Владимир Кудрявцев, директор по взаимодействию с органами власти и общественными организациями, ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

Что мы планируем сделать в 2020 году

Будем выпускать на рынок новые напитки с пониженным содержанием сахара или без него в разных категориях. Например, в 2020 году мы выпустим на российский рынок Coca-Cola Orange без сахара, а также представим новые вкусы холодного чая FUZETEA без сахара

Продолжим искать новые решения в отношении калорийности напитков и просвещать потребителей в области сбалансированного питания

Шаг 8

Значительно уменьшили углеродный след

Снижение выбросов парниковых газов — стратегический приоритет системы Coca-Cola в борьбе с изменением климата. Следуя нашим обязательствам в области устойчивого развития, в отчетном периоде мы продолжили последовательно уменьшать воздействие на окружающую среду наших производств, транспорта и холодильного оборудования.

В 2019 году Coca-Cola в России удалось досрочно выполнить амбициозную цель по сокращению прямых выбросов парниковых газов на 25% к 2020 году*. Техническая дорожная карта была разработана еще в 2014 году — тогда цель казалась трудно достижимой, но в итоге мы добились нужных показателей раньше срока. В 2018 году мы представили новое обязательство: снизить прямые выбросы парниковых газов на всех производствах к 2025 году на 30% по сравнению с 2017 годом. В 2019 году мы сделали значительный шаг на пути к этой цели: сократили прямые выбросы на **17,5%**, а объем удельных выбросов CO_2 на литр произведенной продукции — на **17,8%** (оба показателя приведены в сравнении с 2017 годом).

* По сравнению с 2014 годом

Что нам удалось в 2019 году

На 25%

сократили прямые выбросы парниковых газов по сравнению с 2014 годом и досрочно выполнили цель до 2020 года

57%

от всего парка холодильников, в которых хранится продукция Coca-Cola в России в торговых точках, являются безопасными для окружающей среды

На 16%

сократили объем прямых выбросов парниковых газов по сравнению с 2018 годом

На 25,9%

сократили объем потребления моторного топлива за 2018–2019 годы

На 2%

снизили удельное энергопотребление

Снизили выбросы парниковых газов

В результате комплексных инициатив по уменьшению воздействия производств на окружающую среду и мер по повышению энергоэффективности в 2019 году Coca-Cola в России сократила объем прямых выбросов парниковых газов (Scope 1*) **на 16%** по сравнению с 2018 годом. Общий объем прямых и косвенных выбросов (Scope 1+2) уменьшился **на 15,2%** и составил **118,34 тысячи тонн CO_2-экв.** в 2019 году против 139,51 тысяч тонн CO_2-экв. в 2018 году.

Все показатели в 2019 году подтверждают тренд на последовательное снижение объема выбросов парниковых газов. Так, за период с 2017 по 2019 год прямые выбросы CO_2 (Scope 1) снизились **на 17,5%**, прямые и косвенные выбросы (Scope 1+2) — **на 15,9%**, а удельные выбросы CO_2 на литр произведенной продукции — **на 17,8%**.

* Область охвата

Наш углеродный след

Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG, в структуру которой входит Coca-Cola HBC Россия, — одна из первых международных компаний, подписавших инициативу «Забота о климате» Глобального договора ООН и разработавших научно обоснованные цели по снижению углеродного следа (утверждены Институтом мировых ресурсов (WRI) в 2016 году).

Мы учитываем три группы выбросов:

Прямые выбросы (Scope 1)

Образуются при сжигании углеродосодержащего топлива непосредственно на производственных площадках и в результате потребления топлива корпоративным автотранспортом, а также утечки хладагентов и CO_2 при производстве.

Косвенные выбросы (Scope 2)

Образуются при выработке электрической и тепловой энергии, которую закупают и используют наши производственные, складские площадки и офисы.

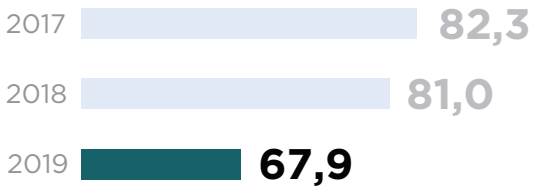
Прочие косвенные выбросы (Scope 3)

Образуются по цепочке поставок, например, при производстве сырья и упаковки, при перелетах, от автотранспорта партнеров и др. Мы включаем сюда и потребление электроэнергии нашими холодильниками, установленными в торговых сетях.

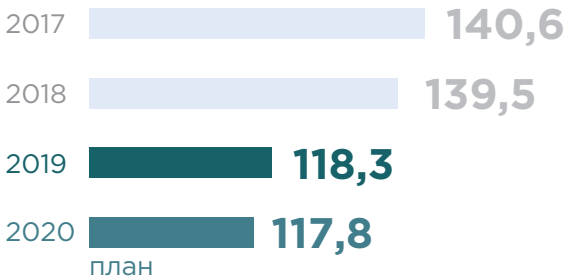
Подробные данные по выбросам парниковых газов и энергоэффективности — здесь.

Тренд снижения выбросов парниковых газов, Coca-Cola в России

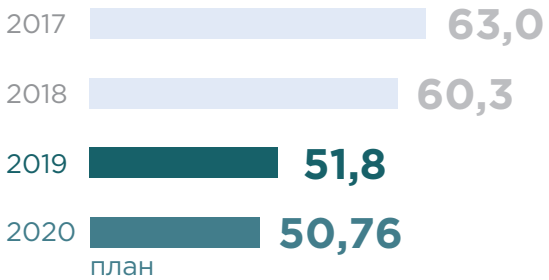
Прямые выбросы CO_2 (Scope 1), тысяч тонн



Прямые и косвенные выбросы CO_2 (Scope 1+2), тысяч тонн



Объем удельных выбросов CO_2 (Scope 1+2), CO_2-экв./литр продукции



Потребляем меньше энергии

Для снижения углеродного следа деятельности наших производств в 2019 году мы двигались в трех направлениях: сокращали энергопотребление, использовали больше альтернативных источников энергии и работали над облегчением упаковки продукции.

Во-первых, мы завершили внедрение новых технологий для снижения потребления электроэнергии на производствах. Процесс начался еще в 2018 году: на всех заводах был проведен комплексный аудит энергоэффективности. По его итогам каждая производственная площадка разработала план по решению инженерных вопросов и операционному и техническому перевооружению, чтобы повысить эффективность расходования воды и электричества. Комплексные меры уже дали свои плоды: в 2019 году нам удалось снизить удельное энергопотребление **на 2%** по сравнению с 2018 годом. В то же время мы сохранили высокие объемы производства и существенно расширили линейку производимых продуктов, что обычно сопряжено с увеличением расхода электроэнергии. А наши показатели удельного энергопотребления не только не выросли, а даже снизились **до 0,50 МДж** на литр готовой продукции (против 0,51 МДж/л в 2018 году).

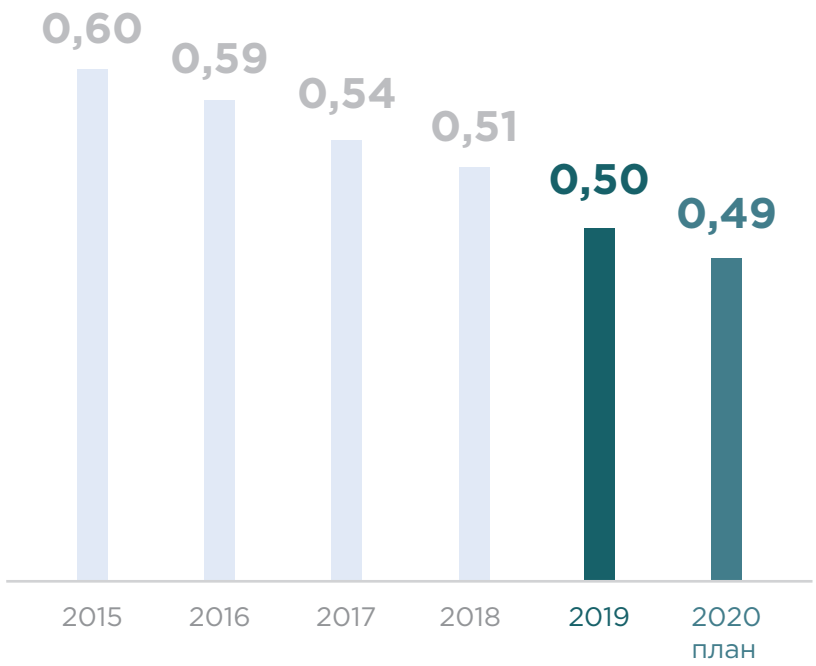
Во-вторых, в 2019 году мы продолжили работать с возобновляемыми источниками энергии. Coca-Cola в России уже четвертый год использует биогаз, который выделяется в процессе анаэробной очистки промышленных сточных вод и служит заменой природному газу. В 2019 году мы продолжили использовать биогаз для подогрева технической воды на заводе в Истре и за год сэкономили почти 10 000 м^3 невозобновляемого природного газа.

В отчетном периоде мы планировали увеличить количество энергии, полученной из возобновляемых источников, на 30% по сравнению с 2018 годом. На практике уровень потребления «зеленой» энергии остался прежним. К сожалению, реалии энергетического рынка в России пока не позволяют нам использовать другие возобновляемые энергоресурсы, помимо биогаза, вырабатываемого на собственных производствах. Мы очень надеемся, что в ближайшее время в России сформируется рынок «зеленой» энергии, что позволит нам закупать чистую энергию от ветряных и гидроэлектростанций.

В-третьих, на снижение электропотребления в 2019 году повлияла и работа над облегчением упаковки. Изначально эта мера направлена на уменьшение количества отходов, но благодаря уменьшению веса тары также снижается потребление топлива и количество выбросов при транспортировке продукции (прямые выбросы). Кроме того, мы используем меньше сырья, а значит, сокращается углеродный след при производстве упаковки (прочие косвенные выбросы).

Подробнее об облегчении упаковки мы рассказываем здесь.

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

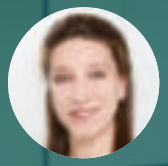


На 2%

снизилось удельное энергопотребление в 2019 году по сравнению с 2018 годом

Как это было

«В 2019 году на заводе в Щелково мы внедрили инновационную систему охлаждения артезианской водой, которую в 2018 году успешно опробовали на производстве в Истре. Это сложное техническое решение использует естественную низкую температуру артезианской воды для системы охлаждающего оборудования. Прежде чем попасть в производство напитков, вода из скважины проходит через холодильные установки, в которых она выполняет роль хладагента и «отдает» свой холод на предварительное охлаждение возвратного контура холодильной системы, что позволяет существенно экономить электричество, затрачиваемое на охлаждение. Также на производственной площадке в Щелково появилась еще одна инновация — система сухого охлаждения при помощи холодного воздуха в зимний период (dry cooling). Она позволяет естественным образом охлаждать оборудование на заводах зимой без дополнительного использования электричества».



Анна Лата,
менеджер по экологии по стране,
Coca-Cola HBC Россия

Используем меньше моторного топлива

Автомобильный транспорт — неотъемлемая часть нашей цепочки создания стоимости. Для снижения негативного воздействия от его использования мы планомерно сокращаем объем потребления моторного топлива: за 2018–2019 годы нам удалось уменьшить этот показатель **на 25,9%**. Мы снижаем потребление топлива не первый год: за 2015–2017 годы этот показатель сократился на 30,8%.

Одна из причин снижения — регулярное обновление автопарка. В 2019 году мы заменили 477 автомобилей 2013–2014 годов выпуска на новые, более экологичные модели 2019 года с улучшенными показателями по стандарту выбросов CO_2.

Все новые автомобили соответствуют стандарту Евро-5. Во второй половине 2020 года мы планируем протестировать для потенциального обновления автопарка гибридные автомобили, а также рассматриваем возможность использования электромобилей и грузовиков на газовом топливе.

Другая причина — постоянное обучение водителей эффективному использованию транспорта. В 2019 году в Coca-Cola HBC Россия прошел тренинг «Экологичное вождение» — сначала в тестовом режиме для руководителей групп водителей, а затем для водителей Московского региона. Теперь наши сотрудники знают, как использовать транспорт, экономя топливо и тем самым сокращая выбросы парниковых газов.

Наши результаты

На 25,9%

сократился объем потребления моторного топлива за 2018–2019 годы

~3,5–4 года

средний возраст легкового и грузового транспорта Coca-Cola в России; благодаря регулярному обновлению автопарка этот показатель остается на неизменно высоком уровне

На 413 автомобилей

уменьшился автопарк Coca-Cola в России по сравнению с 2018 годом; теперь в нем **3 137** транспортных средств

125 грузовиков

(19%) и **589** легковых автомобилей (15%) вывели из эксплуатации

48 единиц

новой погрузочной техники и **477** легковых автомобилей ввели в эксплуатацию

Поставили еще больше экологически безопасных холодильников

В 2019 году мы продолжили заменять холодильное оборудование на озонобезопасные и энергоэффективные устройства на HC-хладагентах (HC — это углеводороды с нулевым озоноразрушающим потенциалом). К концу года количество экологически безопасных холодильников составило **более 225 000 единиц** — это 57% от всего парка, на 6% больше, чем мы планировали на 2020 год. Кроме того, **13 000 ламп** в наших холодильниках в отчетном периоде мы заменили более экологичными LED-лампами. Помимо энергосбережения, это позволяет не создавать опасные отходы в виде отработавшей лампы, содержащей ртуть, и сводит на нет потенциальную опасность боя.

Благодаря энергоэффективному оборудованию iCooler/EMD в 2019 году мы смогли сэкономить **более 1 428 Мдж** энергии — это **на 14%** больше, чем в 2018 году. Также в прошлом 2019 году за счет введения новых правил и отслеживания эффективности использования грузовиков нам удалось сократить количество выездов для перемещения оборудования **на 17%**, а выездов для ремонта — **на 10,5%**, что также помогло снизить объем прямых выбросов парниковых газов.

57%+

холодильников, в которых хранится продукция Coca-Cola в России в торговых точках, безопасны для окружающей среды

Взгляд изнутри

«Мы активно исследуем рынок и изучаем возможности применения новых технологий для экономии энергии. Например, в больших холодильных витринах набирает популярность новый тип компрессора, который позволяет экономить около 30% энергии. Мы рассматриваем возможность использования этой технологии в малых холодильных витринах, чтобы сделать наше оборудование еще более эффективным и безопасным».

Игорь Сафонов,
менеджер по холодильному оборудованию по стране, Coca-Cola HBC Россия

Что мы планируем сделать в 2020 году

Разработаем дорожную карту по снижению прямых выбросов парниковых газов на 30% до 2025 года

Продолжим снижать прямые и косвенные выбросы парниковых газов и сокращать энергопотребление

Протестируем гибридные автомобили для потенциального обновления автопарка и замены транспорта на более экологичный

Шаг 9

Сберегли еще больше воды

Чистая вода в свободном доступе — необходимое условие здоровья людей и нормального функционирования экосистем, а также ключевой ингредиент для производства продукции Coca-Cola в России. Стратегия бережного отношения к воде интегрирована во всю цепочку создания ценности нашего бизнеса — от производственных процессов до оценки поставщиков и инициатив по очистке береговых линий от мусора.

Несмотря на то, что Coca-Cola в России выполнила свое глобальное обязательство возвращать использованную в производстве напитков воду в природу в полном объеме еще в 2016 году, мы продолжаем ставить новые задачи по сохранению водных ресурсов. Это требует от нас инвестиций и внедрения инноваций. Так, в 2019 году мы изменили систему охлаждения на заводе в Санкт-Петербурге, модернизировали систему сбора и возврата технологической воды на заводе в Ростове-на-Дону и продолжили разработку и внедрение схем возврата воды с различных технологических участков на всех заводах Coca-Cola в России, сэкономив таким образом в отчетном периоде **95,4 млн литров** воды.

Согласно обязательствам Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG в области устойчивого развития, особое внимание мы уделяем сохранению водных ресурсов в зонах повышенного риска. Наша цель — к 2025 году сократить водопотребление на расположенных в таких районах производствах на 20%. В России в зоне водной напряженности находятся три наших завода — все они расположены в Московском регионе.

Что нам удалось в 2019 году

6 новых проектов

капитальных инвестиций по водосбережению реализовали; они позволят экономить до 70 млн литров воды в год

На 4%

снизили удельное водопотребление по сравнению с 2017 годом

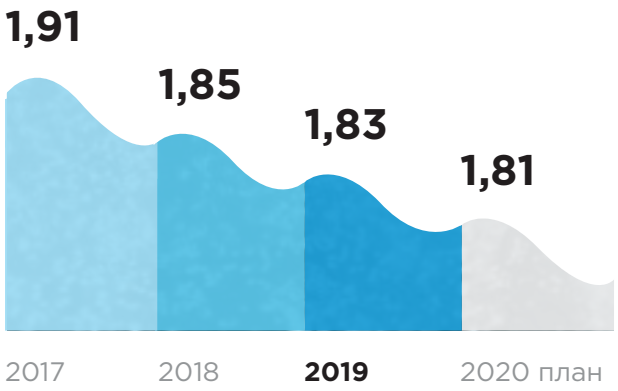
95,4 млн л

воды сэкономили

Снизили удельное водопотребление

Ключевой показатель эффективности водосберегающих инициатив — последовательное снижение удельного водопотребления на литр готовой продукции. Этот показатель учитывает как воду, непосредственно используемую для производства напитков, так и воду для обслуживания оборудования и всех вспомогательных процессов на заводах. В 2019 году мы достигли минимального за все годы значения показателя удельного потребления воды — **1,83 литра на 1 литр готовой продукции** — и тем самым перевыполнили цель 2019 года в 1,84 л на литр готовой продукции. С 2017 года нам удалось снизить этот показатель на 4,2%.

Снижение удельного водопотребления на 1 литр продукции на предприятиях Coca-Cola в России, л/литр готовой продукции



-4,2%
с 2017 года

Водопотребление с разбивкой по источникам водозабора — здесь.

Внедрили инновации для повторного использования воды

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 процесса, чтобы возвращать ее обратно в производственный цикл. В 2019 году количество повторно используемой воды составило **377 млн литров** — это **9%** от общего объема водопотребления.

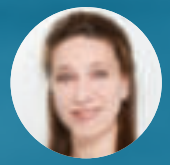
377 млн л

составил объем повторно использованной воды в 2019 году (**~9%** от общего водопотребления)

Для подготовки воды при 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 2020 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%.

Как это было

«Один из ключевых проектов водосбережения 2019 года — изменение системы охлаждения на заводе в Санкт-Петербурге. Совместно с нашим поставщиком оборудования для упаковочных линий соковой продукции (компанией Tetra Pak) мы трансформировали систему охлаждения так, чтобы вода циркулировала через охладители по замкнутому контуру. Проект требовал долгой подготовки и согласований, но позволил нам сэкономить почти 37 млн литров воды при незначительном увеличении расхода энергии. Не меньший суммарный эффект дают многочисленные небольшие проекты и инициативы, реализуемые на производственных площадках. Например, на заводе в Ростове-на-Дону расширили систему сбора и возврата воды с производственных линий, дополнительно распространив ее еще на две линии розлива напитков. При этом всю систему сбора и возврата воды подключили к автоматизированной системе мойки и дезинфекции, чтобы исключить возможность вторичного загрязнения воды. Также систему оснастили дополнительными фильтрами для предварительной очистки собираемой воды, прежде чем подать ее на полный цикл глубокой очистки. Реализация подобных инициатив по всем нашим производственным площадкам позволила суммарно сэкономить около 45 млн литров за год».



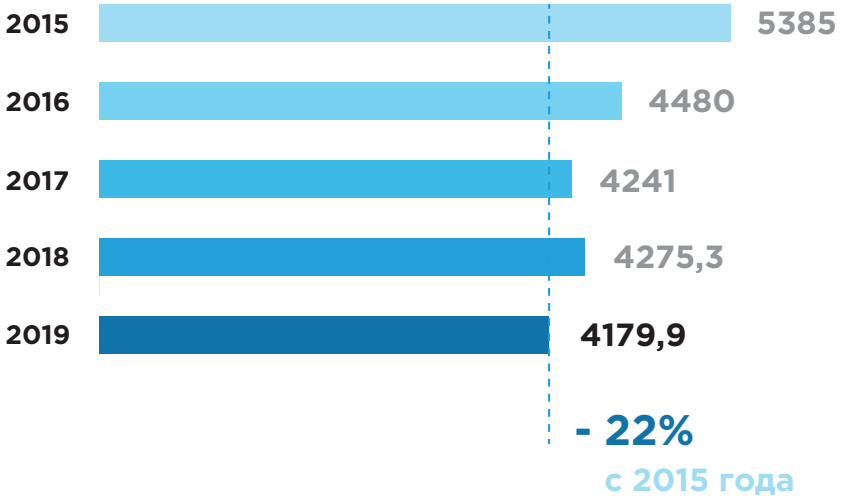
Анна Лата, менеджер по экологии по стране, Coca-Cola HBC Россия

35 проектов

(6 капитальных и 29 операционных) по экономии воды реализовано в России при вложении **более €0,5 млн** и экономии **более 113 млн** литров воды

Водопотребление на предприятиях Coca-Cola в России, млн литров

Благодаря водосберегающим инициативам в 2019 году мы существенно перевыполнили план по уменьшению общего водопотребления (до 4 233 млн литров) на предприятиях Coca-Cola в России, снизив его **до 4 179,9 млн литров**.



Заботимся о водных ресурсах в зонах повышенного риска

Одно из обязательств Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG — к 2025 году на 20% сократить потребление свежей воды 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. Используя подходы Всемирного фонда дикой природы (WWF) и Global Water Tool (GWT), Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG определила, что в зоне повышенного риска находятся 16 из 56 заводов компании в 28 странах. В России таких заводов три, и все они расположены в Московском регионе, где доступность воды питьевого качества требует дополнительных усилий по очистке из-за природных свойств воды на этой территории.

Мы последовательно сокращаем использование свежей воды на заводах в зонах повышенного риска. В 2019 году на трех заводах Московского региона реализовано **19** проектов по водосбережению, общий эффект экономии воды от которых составляет более 52 млн литров в год. В наших планах — создание дорожной карты по дальнейшему снижению водопотребления на заводах в зонах повышенного риска до 2025 года, а также внедрение на всех заводах Coca-Cola в России международного стандарта водопользования Альянса по рациональному использованию водных ресурсов (AWS) в партнерстве с государством, нашими поставщиками и другими производителями.

Что мы планируем сделать в 2020 году

Сократим удельное водопотребление до **1,81 л/на 1 литр готовой продукции**

Сфокусируемся на создании системы сбора и возврата воды на участках водоподготовки

К концу 2020 года сертифицируем все заводы Coca-Cola в России в области управления водными ресурсами в соответствии с международным стандартом водопользования AWS

Создадим дорожную карту по сокращению потребления воды **на 20%** к 2025 году в зонах риска

Шаг 10

У нас стало еще интереснее и комфортнее работать

Open
happiness

Мы обеспечиваем рабочие места с высоким уровнем оплаты труда и достойным социальным пакетом во всех регионах присутствия Coca-Cola в России. Но для устойчивого развития не менее важны возможности для роста и самореализации наших сотрудников, их вовлеченность и удовлетворенность. Продолжая планомерно повышать размер оплаты труда, в 2019 году мы сфокусировались на том, чтобы работать в Coca-Cola в России стало еще комфортнее: переехали в новые современные офисы, уделили особое внимание программам здоровья, создали дополнительные возможности для баланса между работой и личной жизнью. А еще в 2019 году к нам пришло более 600 молодых специалистов, поэтому мы сделали акцент на ускоренных программах развития будущих лидеров.

Что нам удалось в 2019 году

до 94%

вырос индекс устойчивой вовлеченности сотрудников в 2019 году

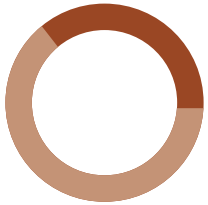
в 2,6 раза

увеличилось среднее количество часов обучения в расчете на одного сотрудника по сравнению с 2018 годом

7000+

человек работают в Coca-Cola в России*

Coca-Cola HBC Россия



33%

67%

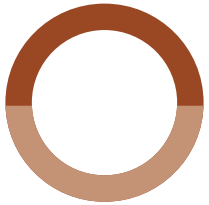
6 439

сотрудников

Женщины 33%

Мужчины 67%

АО «Мултон»



50%

50%

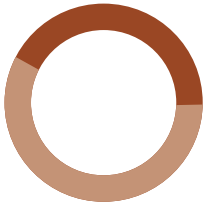
678

сотрудников

Женщины 50%

Мужчины 50%

ООО «Кока-Кола Софт-Дринк Консалтинг»



77%

23%

92

сотрудника

Женщины 77%

Мужчины 23%

Подробные данные о численности сотрудников Coca-Cola в России в разбивке по компаниям, категориям, полу и возрастным группам — здесь.

* По состоянию на 31 декабря 2019 года.

Вовлеченность: вернулись к историческому максимуму

Индекс устойчивой вовлеченности сотрудников, который мы в Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» измеряем уже десять лет с помощью комплексного Исследования корпоративной культуры и вовлеченности «Мой голос», в 2019 году вырос **до 94%**. Это самый высокий показатель среди других подразделений Coca-Cola HBC AG в 28 странах присутствия и один из самых высоких на российском рынке*. В 2019 году в исследовании участвовали почти 7 000 человек — 97% сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон», что само по себе уже признак высокой вовлеченности.

По результатам опросов сотрудники высоко ценят развитую в компании поддержку опытных лидеров, возможность участия в волонтерских проектах, онлайн-платформу для инноваций Innovation For Growth, где каждый может предложить свои идеи, а также активную жизнь в компании в целом — корпоративные мероприятия и образовательные программы.

В отчетном периоде традиционный цикл проведения исследования существенно трансформировался — теперь развернутое исследование корпоративной культуры и вовлеченности проводится один раз в два года. Помимо этого, дважды в год проходят более компактные опросы Pulse Survey как стратегическое дополнение к основному исследованию. Это помогает более гибко и оперативно реагировать на обратную связь от сотрудников и направлять свои усилия туда, где они необходимы.

94%

составил индекс устойчивой вовлеченности сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» в 2019 году

97%

всех сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» прошли опрос вовлеченности в 2019 году

* Мы уже достигали его в 2017 году, в 2018 году он снизился на два процентных пункта. За последние несколько лет индекс устойчивой вовлеченности ни разу не падал ниже 90%.

Здоровье и баланс: сделали условия работы еще более комфортными

Ежегодно мы улучшаем подход к управлению программами здоровья. Все компании Coca-Cola в России предлагают возможность качественного медицинского обслуживания для сотрудников и членов их семей. Так, в 2019 году к нашей новой программе добровольного медицинского страхования подключились еще 1500 сотрудников Южного региона Coca-Cola HBC Россия, а в АО «Мултон» за отчетный период обеспечили стопроцентное покрытие ДМС всех сотрудников, включая производственный персонал.

Не менее важна и рабочая атмосфера. Сначала новый комфортабельный офис появился у ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», а в 2019 году в новое пространство, спроектированное и оформленное с учетом идей сотрудников, переехал и центральный офис Coca-Cola HBC Россия. Новый офис способствует как продуктивной работе, так и восстановлению сил и энергии — здесь много зелени, больше удобных рабочих мест и комфортных переговорных, есть собственная кофейня и кофе-поинты, вендинговый автомат с полезной едой, а также восемь релакс-зон. В новых офисах компаний реализуется глобальная стратегия Coca-Cola «Мир без отходов». Так, по всему офису Coca-Cola HBC Россия установлены контейнеры для раздельного сбора мусора, использованная офисная бумага отправляется на переработку, не используются пластиковые стаканчики.

В новом офисе ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» в 2019 году был также запущен раздельный сбор отходов — в компании полностью отказались от общих контейнеров и личных мусорных корзин. В офисе установлено несколько видов контейнеров: для сбора пластика (причем крышки собираются отдельно для благотворительного проекта «Добрые крышечки»), для Tetra Pak, алюминия, стекла, бумаги и батареек. В офисе также есть фандомат, принимающий пластиковые бутылки и алюминиевые банки. Все отходы из офиса вывозятся на перерабатывающие заводы, а для сотрудников действует программа поощрения, поэтому они не только сортируют отходы на работе, но и сдают на переработку рассортированный мусор из дома. Помимо этого, есть опции, помогающие сотрудникам рационально использовать природные ресурсы. Например, для экономии электричества во всех офисных помещениях используется осветительное оборудование с датчиками движения, а для экономии воды — водосберегающие краны. Руководство бизнес-центра расценило наш опыт как полезный, и в ближайшее время на всей территории БЦ «Кунцево Плаза» планируется ввести обязательный раздельный сбор отходов.

В 2019 году у наших сотрудников также прибавилось возможностей для занятий спортом. Для тех, кто работает в Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон», традиционно есть возможность участвовать в многочисленных корпоративных чемпионатах в течение года, а в ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» появились беговой и футбольный клубы и сохранились бесплатные занятия йогой. Кроме того, весь год приглашенные эксперты делились с нами лучшими практиками в области личной эффективности, заботы о здоровье, поддержки баланса между работой и личной жизнью. А к нашим масштабным программам безопасности на производстве в 2019 году мы добавили ряд специальных тренингов, рассказывающих о том, как офисным сотрудникам заботиться о здоровье.

В 2018 году мы анонсировали пилотный проект по гибкому графику и возможности дистанционной работы для сотрудников центрального офиса Coca-Cola HBC Россия. В 2019 году проект начал действовать для сотрудников всех регионов — теперь у них появилась возможность работать пять дней в месяц вне офиса (удаленно) и выбирать удобное время начала рабочего дня, если в этом есть необходимость. В ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» подобная программа действует уже два года: сотрудники могут работать удаленно, а в летний период — по сокращенному графику до 13:00 по пятницам. Исходя из результатов внутренних опросов, гибким графиком довольны и руководители, и подчиненные — большинство сотрудников отмечают рост продуктивности в новых условиях.

Благополучие: сохраняем конкурентный уровень зарплат, льгот и компенсаций

Мы предоставляем нашим сотрудникам конкурентную оплату труда и комплексную систему льгот и социальных выплат*. В 2019 году во всех компаниях Coca-Cola в России увеличилась средняя заработная плата. Расходы на социальный пакет в ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» возросли на 5% (за счет увеличения количества социальных выплат), а в АО «Мултон» — на 10% (в основном за счет распространения на всех сотрудников программы ДМС). В Coca-Cola HBC Россия затраты на соцпакет немного снизились, но это произошло ввиду оптимизации и никаким образом не повлияло ни на объем, ни на качество предоставляемых льгот.

* Значительных изменений в системе льгот и социальных выплат Coca-Cola в России в отчетном периоде не произошло, см. в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год (стр. 131).

** На декабрь 2019 года.

Зарплаты на стартовых позициях в Coca-Cola в России по-прежнему конкурентные. Так, начальная заработная плата в Coca-Cola HBC Россия в 2019 году составила от 19 082 рублей (Центральный регион) до 28 100 рублей (Северо-Западный регион) и в среднем превышала МРОТ на 37%. В ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» и АО «Мултон» зарплаты на стартовых позициях сотрудников Московского региона более чем в 2 раза превышают МРОТ по Москве** и составляют 45 000 рублей и 49 524 рубля соответственно.

64 106,6 рублей

в месяц составила средняя зарплата в Coca-Cola в России по итогам 2019 года — это на **~35%** больше среднемесячной зарплаты в России в 2019 году по данным Росстата

274,5 млн рублей

составили расходы на социальный пакет сотрудников Coca-Cola в России в 2019 году — в среднем это **38,1 тысячи рублей** на человека

Обучение и развитие: усилили программы для будущих лидеров

В 2019 году мы в Coca-Cola в России увеличили количество часов обучения более чем вдвое — до 26,4 часа в среднем на одного сотрудника. Особое внимание мы уделили интеграции молодых специалистов и ускоренному развитию будущих лидеров.

В Coca-Cola HBC Россия в 2019 году мы **трансформировали подход к управлению персоналом** и запустили новую модель оценки и развития персонала Performance for Growth. Тем самым мы упразднили практику времязатратных способов оценки сотрудников и односторонней обратной связи. На смену пришла культура управления производительностью в режиме реального времени: теперь между коллегами проводятся беседы о целях, прогрессе, результативности работы и моделях поведения. Линейные руководители регулярно обмениваются обратной связью с подчиненными на специальной онлайн-платформе и во время личных встреч — и несут больше ответственности за развитие своей команды.

Еще одно ключевое изменение — это **внедрение культуры гибкого сознания (Growth Mindset)**. В ее основе лежит любовь к учебе и гибкость мышления, которая побуждает людей постоянно развиваться, привносить в жизнь и работу инновации и не бояться совершать ошибки.

Для развития этой культуры мы запустили несколько инициатив, например «Лидеры развивают будущих лидеров», которая помогает сотрудникам выйти на новый уровень управления. Кроме того, мы совершенствуем культуру обратной связи для сотрудников, которая помогает учиться на своих ошибках и успехах и в целом увеличивать эффективность работы.

В области обучения в компании **сфокусировались на программах ускоренного развития**. С 2019 года мы обучаем всех только что назначенных менеджеров в рамках лидерских программ — Fast Forward, LEAP и Leadership Development Program. В 2019 году **198** сотрудников Coca-Cola HBC Россия прошли программы ускоренного развития, и **89,4%** из них получили новые назначения с повышением в должности.

Специально для подготовки будущих менеджеров в компании также существует программа Rise Management Trainee — в нее мы привлекаем талантливых студентов и выпускников вузов. Мы пригласили в программу 18 молодых людей, и по итогам ее завершения в 2019 году все они остались работать в компании.

187 603

часов потратили на обучение сотрудники Coca-Cola в России в 2019 году — в среднем **26,4** часа на человека. Это в **2,6 раза больше**, чем в 2018 году*

* Статистика включает данные по обучению сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон», данные по ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» не собираются.

Как это было

« Моя стажировка вместо двух лет длилась девять месяцев, после чего мне предложили позицию супервайзера. За время стажировки я сменила несколько отделов и благодаря этому поняла, как работают различные функции бизнеса, смогла развить навыки коммуникации, публичных выступлений, кейс-мышления, а главное — лидерские навыки, ведь каждый менеджер-стажер самостоятельно ведет бизнес-проект. В Coca-Cola в России мне больше всего нравятся люди, которые меня окружают. Это профессионалы, всегда готовые помочь и поддержать. Я ценю, что компания поощряет людей развиваться и предоставляет возможности и инструменты для этого».

Екатерина Власова, старший эксперт по развитию талантов коммерческой функции, Coca-Cola HBC Россия

« Окончив магистратуру за рубежом, я поступил на лидерскую программу Rise Management Trainee Programme в Coca-Cola HBC Россия. Программа позволила мне быстро понять и принять ценности компании и разобраться с основными требованиями. Благодаря работе над индивидуальным проектом я получил опыт общения с руководителями высокого уровня. Меньше чем через год после начала программы я получил должность аналитика в компании».

Арсений Маркович, аналитик по капитальным инвестициям, Coca-Cola HBC Россия

Коучинг и менторство помогают новым сотрудникам лучше адаптироваться и способствуют более здоровым отношениям в коллективе. Поэтому мы внедряем культуру роста, в которой лидеры подают пример поведения остальным. В Coca-Cola HBC Россия в этом помогают активаторы вовлеченности — амбассадоры культуры компании внутри организации. Это инициативные сотрудники разных отделов и уровней, неформальные лидеры планов повышения вовлеченности в своих функциях. В 2019 году мы **перезапустили проект «Активаторы 2.0»**, сфокусировавшись на обучении и развитии его участников: проводили дополнительные тренинги, менторские сессии с топ-менеджментом, внедрили «книжные клубы», где участники обсуждают прочитанные книги. Со временем активаторы становятся коучами и помогают другим поддерживать мотивацию и вовлеченность. Их усилия несомненно повлияли на высокий показатель индекса вовлеченности в 2019 году.

198

сотрудников Coca-Cola HBC Россия прошли программы ускоренного развития

89,4%

из них получили новые назначения с повышением в должности

В АО «Мултон» **сфокусировались на развитии культуры внутренних инноваций** — в компании прошли серии тренингов и лекций по гибкому подходу (agile) и дизайн-мышлению. А специально для функции R&D (исследования и разработок) проводились лекции по микробиологии и нутрициологии.

В ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» в 2019 году **сделали акцент на развитии менеджеров по взаимодействию с сотрудниками** (People Managers) — тех, кто помогает молодым специалистам расти внутри компании. Для них создано три вида комплексных тренингов — STEP, LEAP и SUMMIT. Благодаря работе с такими менеджерами новые сотрудники быстрее знакомятся с ценностями компании и учатся расставлять приоритеты в работе. У каждого есть дорожная карта карьерного развития. Компания предлагает всем подходящие для их целей роли, проекты, обучение, включая возможность получить новый опыт в других странах — в 2019 году на временную работу за границу в компании отправили шестерых сотрудников.

Все сотрудники Coca-Cola в России — амбассадоры компании, ее продуктов и инициатив. Важно, чтобы наши сотрудники обладали достаточным уровнем знаний о брендах, категориях безалкогольных напитков и компании, умели уверенно оперировать этой информацией при общении с партнерами, клиентами и потребителями, а также разделяли наши принципы и ответственный подход к ведению бизнеса.

В 2019 году образовательная часть амбассадорской программы прошла серьезную трансформацию, и обучение большей части сотрудников перевели в электронный формат. Теперь каждый может пройти амбассадорские программы онлайн с любого места и найти нужную информацию для диалога с партнерами и клиентами в любой момент. Для тех, кто не работает за компьютером, доступны очные сессии с сертифицированными тренерами. А для руководящего состава коммерческой функции мы продолжаем проводить однодневный очный Суперамбасссадорский тренинг, где углубленно рассматриваются стратегические и сложные вопросы.

Гендерное равенство: ищем баланс

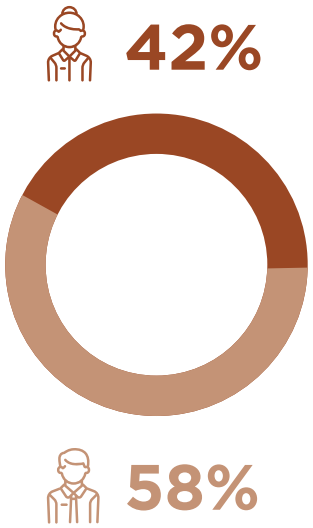
42%

высших управленческих должностей
в Coca-Cola в России занимают женщины

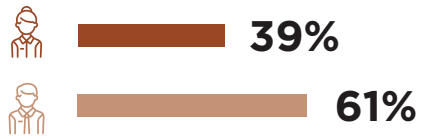
Один из ключевых показателей устойчивого развития в области гендерного равенства — количество женщин на высших управленческих должностях. В топ-менеджменте ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» и АО «Мултон» женщины составляют большинство. В Coca-Cola HBC Россия их по-прежнему больше трети. В АО «Мултон» и Coca-Cola HBC Россия количество женщин на топ-менеджерских позициях в 2019 году увеличилось еще на 1 п.п. А в ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» произошла оптимизация структуры управления, повлиявшая на средний показатель: он сократился на 2,8 процентных пункта. В целом, женщины занимают 42% высших управленческих должностей Coca-Cola в России (44,8% в 2018 году). Этот показатель по-прежнему один из самых высоких в российском бизнесе, но для нас это повод усилить поддержку женщин.

В 2020 году мы продолжим идти к достижению гендерного баланса на управленческих должностях компаний Coca-Cola в России и будем еще больше вдохновлять женщин на профессиональный рост — лидерскими программами, политикой гибких графиков и достойных социальных выплат, возможностями продолжать развитие карьеры в декретных отпусках.

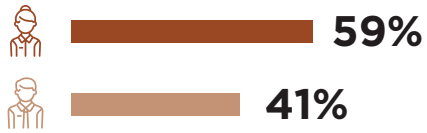
Высшее руководство Coca-Cola в России



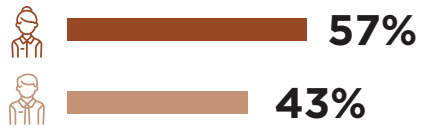
Coca-Cola HBC Россия



АО «Мултон»



ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»



Подробные данные о гендерном составе Coca-Cola в России в разбивке по категориям сотрудников — здесь.

Награды

Получили 7 профессиональных наград за программы для сотрудников и соискателей

Coca-Cola HBC Россия регулярно попадает в списки лучших работодателей страны, и 2019 год не стал исключением.

Стали лидером в сегменте FMCG и попали в топ-4 работодателей страны по версии **HeadHunter**

Поднялись на шесть позиций выше в одном из самых авторитетных рейтингов привлекательных работодателей для студентов **Universum**, заняв 13-е место среди учащихся вузов по направлению «Бизнес/Экономика»

Получили знак отличия в рейтинге **SuperJob** «Привлекательный работодатель — 2019»

Стали лучшими в подходах к цифровому обучению: внутренний портал HELO выиграл номинацию Best LMS 2019 конкурса **THE BEST E-LEARNING RUSSIA**

Программа компенсаций и льгот для отдела логистики победила в номинации «Лучшая система вознаграждения» во Всероссийском независимом конкурсе систем и проектов мотивации персонала **The Best Compensations & Benefits 2019**

Программа подготовки будущих руководителей Rise Management Trainee Programme заняла второе место на Всероссийском конкурсе **Graduate Awards** в номинации «Лучшая программа по работе с молодыми специалистами»

Стали одной из «Самых привлекательных компаний для молодых специалистов» сразу в трех рейтингах ежегодной премии в сфере развития бренда работодателя **Changellenge >> Best Company Award 2019** — «Бизнес», IT и «Технические специальности»

5 руководителей Coca-Cola HBC Россия — в рейтинге лучших управленцев страны

В 2019 году сразу 5 руководителей Coca-Cola HBC Россия вошли в рейтинг ИД «КоммерсантЪ» и Ассоциации менеджеров «Топ-1000 российских менеджеров» — и в списки лучших руководителей своих направлений в сегменте «Сервис и производство потребительских товаров».

Ирина Петрова

директор по персоналу Coca-Cola HBC Россия, — лучший директор по персоналу

Ирина Архипова

директор по внешним связям и коммуникациям Coca-Cola HBC Россия, — 2-е место среди директоров по общественным и корпоративным связям

Илья Елецких

директор по логистике Coca-Cola HBC Россия, — лучший директор по логистике

Алиса Васильева

менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами Coca-Cola HBC Россия, — 3-е место среди директоров по корпоративной социальной ответственности

Виталий Жигулин

менеджер по взаимодействию с государственными органами Coca-Cola HBC Россия, — 5-е место среди директоров по отношениям с органами власти

Что мы планируем сделать в 2020 году

Переведем большинство обучающих программ в электронный формат

Будем развивать культуру самостоятельного обучения, в которой сотрудники сами выбирают себе образовательные и тренинговые программы

Выстроим программы преемственности для всех ключевых ролей

Постараемся с помощью всех наших инициатив удержать высокий индекс вовлеченности

Усилим поддержку женщин

Шаг 11

Повысили стандарты безопасности и охраны труда

Мы следим за безопасностью наших сотрудников на производстве, в офисах, в командировках и в ходе работы с подрядными организациями, а также несем ответственность за безопасность партнеров на нашей территории. Охрана труда и промышленная безопасность для нас не набор формальных требований, а одно из ключевых обязательств в области устойчивого развития и одна из важнейших задач в обеспечении непрерывности производственных процессов и сохранения жизни и здоровья сотрудников Coca-Cola в России.

Несмотря на зрелость системы безопасности, мы находимся в постоянном поиске новых решений и путей совершенствования уже имеющихся механизмов управления и контроля. В 2019 году все заводы Coca-Cola в России перешли от полного соответствия требованиям стандарта OHSAS 18001 (международный стандарт системы менеджмента охраны труда и производственной безопасности) к требованиям более нового высокоуровневого стандарта ISO 45001 (международный стандарт системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда).

Внедрение этого стандарта позволит влиться в существующую в компании интегрированную систему менеджмента, которая объединит три стандарта: ISO 9001 (международный стандарт системы менеджмента качества), ISO 14001 (международный стандарт системы экологического менеджмента) и вышеуказанный ISO 45001. Интегрированная система менеджмента обеспечивает более эффективный уровень управления в целом, а также способствует сокращению временных и финансовых затрат на внешний аудит за счет возможности проверять все три стандарта ISO одновременно.

Что нам удалось в 2019 году

Существенно сократилось количество несчастных случаев:

на 56% сократилось количество несчастных случаев на производстве по сравнению с 2018 годом

0 не зарегистрировано **ни одного несчастного случая** со смертельным исходом

0 не зарегистрировано **ни одного несчастного случая**, связанного с ДТП с участием сотрудников

Сертифицировали все заводы Coca-Cola в России по требованиям **международного стандарта системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда ISO 45001**

Расширили область наблюдений в рамках программы **поведенческой безопасности Behavioral Based Safety** для сотрудников функции логистики

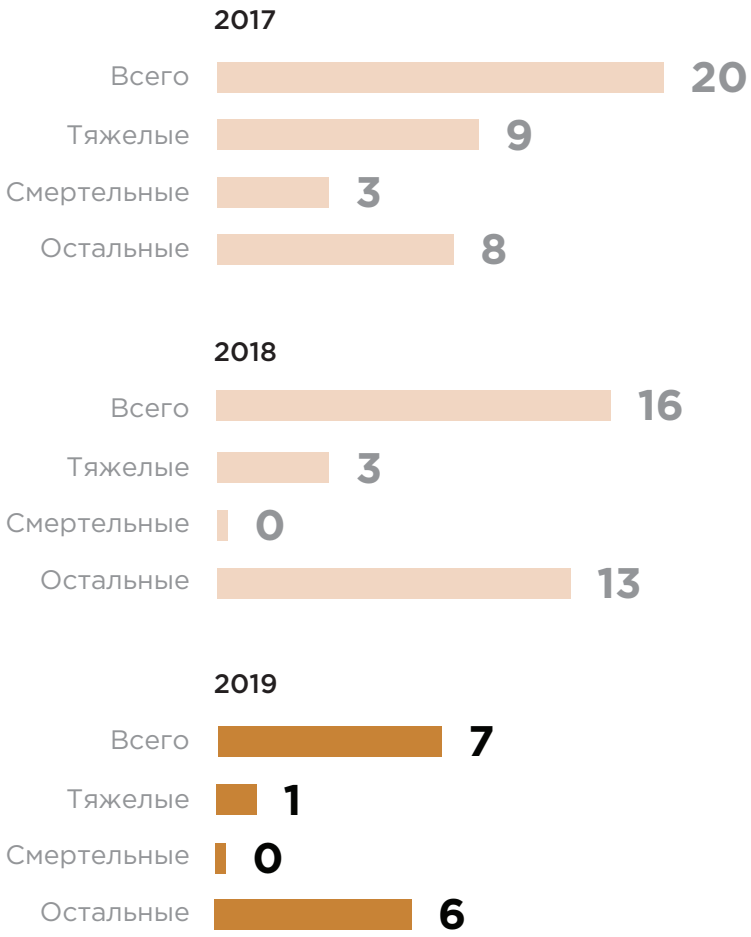
Получили **970 идей по улучшению производственной безопасности** от сотрудников

Безопасность на производстве: вдвое уменьшили число несчастных случаев

В 2019 году мы распространили ключевой проект в сфере охраны труда — **программу поведенческой безопасности*** Behavioral Based Safety (BBS) — на сотрудников функции логистики. С 2018 года проект поведенческой безопасности успешно действует для сотрудников производственной функции на всех заводах Coca-Cola в России. Цель программы BBS — сделать рабочую обстановку максимально безопасной за счет снижения количества происшествий, вызванных опасным поведением сотрудников. Программа поведенческой безопасности вовлекает сотрудников на всех уровнях и мотивирует их брать на себя личную ответственность за выполняемую работу. Главные участники проекта — сами сотрудники, которые наблюдают за работой коллег и затем обсуждают с ними, насколько безопасным был рабочий процесс. Во многом именно благодаря программе BBS **количество несчастных случаев на производствах Coca-Cola в России в 2019 году сократилось более чем вдвое** по сравнению с 2018 годом.

* В 2018 году мы запустили проект BBS на всех заводах. Подробнее об этом мы писали в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год (стр. 154).

Количество несчастных случаев на производствах Coca-Cola в России, 2017–2019 годы



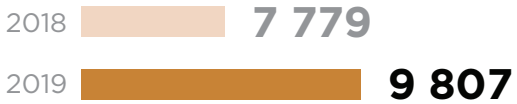
Количество инструктажей по вопросам охраны труда

для сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон»

Количество человек, прошедших специальное обучение по охране труда

для сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон»

Количество зарегистрированных потенциально опасных событий (Near Miss)



Количество проведенных бесед о безопасности (Toolbox Talks)

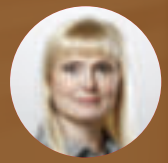
для сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон»

Количество поведенческих аудитов безопасности (Walk the Talk)

Чем больше сотрудники знают о производственной безопасности, тем выше культура ее соблюдения в компании. В 2019 году в Coca-Cola HBC Россия прошли две Недели охраны труда, в ходе которых мы напомнили работникам о правилах безопасной работы с оборудованием, эргономике рабочего места и безопасном перемещении в местах движения автотранспорта. Также сотрудники компании на всех локациях проявили свои творческие способности в конкурсе на лучшее граффити на тему охраны труда. Помимо традиционных ежегодных мероприятий, мы привлекли коллег к внедрению новых проектов в сфере охраны труда. Так, в 2019 году был запущен проект **«Инновации для роста»**: сотрудники делились идеями для инновационного развития компании, в том числе по использованию цифровых технологий для повышения культуры безопасности.

Как это было

«Через платформу «Инновации для роста» мы собрали 970 идей о том, как повысить уровень охраны труда, и в 2020 году планируем внедрить лучшие 5 из предложенных инноваций на практике. Одной из них станет проект, позволяющий еще лучше контролировать безопасность сотрудников, работающих удаленно, — водителей, операторов котельных и очистных сооружений и других категорий работников. Проект заключается в следующем: сотрудник надевает небольшое устройство, которое отслеживает показатели его здоровья, фиксирует движения, в том числе возможные случаи падения и периоды микросна, а также контролирует содержание вредных газов в воздухе рабочей зоны. Если какой-то из показателей выходит за пределы нормы, устройство подает сигнал владельцу. Если реакции нет, сигнал идет руководителю или напрямую на горячую линию компании. Таким образом, пострадавшему будет максимально быстро оказана помощь».



Наталья Ковалева,
менеджер по охране труда по стране,
Coca-Cola HBC Россия

В ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» все новые сотрудники проходят вводные инструктажи и обучение по охране труда. В 2019 году на территории всего бизнес-подразделения компании в Центральной и Восточной Европе мы ввели в практику регулярно напоминать сотрудникам о правилах безопасности на рабочем месте. Для этого на корпоративном телевидении публиковались советы по безопасности (Safety Tips), а в общей рассылке новостей компании была введена отдельная рубрика об охране труда.

Еще в 2019 году мы уделяли особое внимание безопасности здоровья офисных сотрудников. Длительное сидение за компьютером и неправильное положение тела во время офисной работы влекут риски для здоровья. Чтобы снизить их, для всех сотрудников компании проводились тренинги по эргономике рабочего места — как настроить высоту кресла и расположить монитор, почему важно регулярно делать перерывы и многое другое.

Чтобы измерить уровень культуры охраны труда в компании, в 2019 году в ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» впервые был проведен опрос (Culture Excellence Survey) среди сотрудников технической функции всего бизнес-подразделения Центральной и Восточной Европы. По результатам опроса разработали план действий, помогающих повысить вовлеченность сотрудников в вопросы охраны труда.

Лучшие практики: открыли тренинг-центр для снижения производственных рисков

Что

Тренинг-центр по обучению производственным рискам для операторов

Где

Завод Coca-Cola HBC Россия в Истре

Проблема

Операторы машин розлива не всегда осознают, каким рискам подвергают себя, если не используют средства индивидуальной защиты и не соблюдают правила охраны труда

Решение

Вместо обычного кабинета по охране труда мы создали тренинг-центр по обучению операторов оценке рисков при проведении работ. Для этого использовались презентации и видеоматериалы. Как заключают эксперты, путем чтения информация усваивается лишь на 10%, от эксперта на презентации — на 20%, а при наглядной демонстрации рабочих процессов — на 70%. Чтобы тренинги лучше воспринимались, мы самостоятельно сконструировали тренажер. Он имитирует производственное оборудование, наглядно показывая, например, как пресс дробит предмет за доли секунды. В реальной жизни этим предметом может стать часть тела. Такой яркий пример убедительно демонстрирует, к чему приводит неполная оценка рисков и чем элементарные ошибки могут обернуться для сотрудника. Последствия ситуаций, которые нельзя сымитировать, таких, как химические ожоги или поражения дыхательных путей, можно изучить на видео.

Результат

Новый центр позволил наглядно продемонстрировать сотрудникам, как важно соблюдать правила охраны труда. Это эффективный способ повысить культуру безопасности в компании и снизить число несчастных случаев. В ближайшее время мы планируем открыть такие центры и на других заводах Coca-Cola в России.

Транспортная безопасность: снизили аварийность на 34%

В 2019 году результаты по безопасности дорожного движения стали лучшими за всю историю Coca-Cola в России. Количество несчастных случаев, связанных с ДТП с участием сотрудников Coca-Cola HBC Россия, нам удалось снизить до нуля, хотя годом ранее транспортные происшествия значительно влияли на суммарный показатель всех несчастных случаев. А общее количество ДТП с участием наших водителей на 1 млн км сократилось на 34%. Такого результата удалось добиться за счет внедрения новых технологий и повышения культуры поведения сотрудников на дороге.

Мы внимательно следим за режимом труда и отдыха сотрудников на транспорте и пресекаем даже потенциальные переработки. Рабочий график каждого водителя отслеживается с помощью тахографического и телематического оборудования, позволяющего контролировать местонахождение транспорта, его скорость и пробег. Для этого легковые автомобили оснащены системами трекинга и телеметрии, а в 2019 году мы дополнительно оборудовали системами спутникового мониторинга 28 грузовиков. Мы поощряем самых ответственных водителей: за безаварийное вождение они могут пользоваться служебным автомобилем в отпуске и на выходных.

В 2019 году мы обучали сотрудников транспортной функции совместно с сотрудниками ГИБДД и Центром организации дорожного движения Правительства Москвы (ЦОДД). Представители ЦОДД провели тренинг на заводе Coca-Cola HBC Россия в Москве, а более 500 торговых представителей компании в 2019 году прошли курсы защитного вождения. Все эти меры позволили Coca-Cola в России более эффективно использовать автотранспорт и снизить затраты на автострахование, а главное — сохранить жизни и здоровье своих сотрудников.

90%

сотрудников Coca-Cola HBC Россия (2 385 человек), допущенных к управлению корпоративным транспортом, успешно прошли онлайн-тренинги и очное обучение по повышению знаний в области безопасности дорожного движения в 2019 году

В ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» дважды в 2019 году были организованы инструктажи на рабочем месте для сотрудников, которые используют транспорт компании, а для новых работников — вводные инструктажи с онлайн-тестированием. В 2019 году мы провели эти тренинги с анализом ДТП за предыдущий период. Благодаря рассказам участников происшествий и детальному рассмотрению каждой аварийной ситуации мы повышаем осведомленность сотрудников о поведении на дороге и снижаем риски новых происшествий.

Динамика ДТП с участием сотрудников Coca-Cola HBC Россия

На 34%

сократилось количество ДТП на 1 млн км

Общее количество ДТП

2017	362
2018	386
2019	**221**

Количество ДТП по вине третьих лиц

2017	273
2018	290
2019	**152**

Количество ДТП по вине сотрудников

2017	89
2018	96
2019	**69**

Пожарная безопасность: проинструктировали более 5 000 сотрудников

В 2019 году мы провели более 5 000 противопожарных инструктажей для 5 040 сотрудников Coca-Cola HBC Россия и подрядных организаций. Мы установили и модернизировали 38 систем пожарной безопасности на наших заводах и в офисах по всей стране. В базе внутренних документов Coca-Cola HBC Россия появился раздел по пожарной безопасности, гражданской обороне и действиям в случае возникновения чрезвычайной ситуации. По традиции руководители проводили ежеквартальные беседы с сотрудниками (Toolbox Talks) о соблюдении мер пожарной безопасности на рабочем месте и в быту. А еще в рамках Дня пожарной безопасности мы предоставили коллегам возможность посетить онлайн интерактивный Музей пожарной безопасности.

В ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» вопросам пожарной безопасности также уделяется особое внимание. Для всех сотрудников офиса два раза в год проводятся тренировки по эвакуации, а также инструктажи по пожарной безопасности. Помимо этого, все новые сотрудники проходят вводные инструктажи по пожарной безопасности и обучение по гражданской обороне и действиям в случае возникновения чрезвычайной ситуации.

Взгляд изнутри

«Запоминающимся событием для сотрудников Coca-Cola HBC Россия в Новосибирске стал квест в пожарной части. Мы впервые организовали такое мероприятие: коллеги прожили один день в роли сотрудников отделения пожарной части МЧС, применяя навыки настоящих пожарных. Этот тренинг изменил отношение каждого к пожарной безопасности и помог лучше понять работу пожарных. Мы получили много положительных отзывов и предложений продолжить такую практику в дальнейшем. А работники завода в Ростове вместе с добровольной пожарной дружиной потушили условный пожар — так они провели тренировку по отработке действий на случай чрезвычайной ситуации».

Геннадий Антонов,
менеджер по пожарной безопасности по стране, Coca-Cola HBC Россия

FIRE PUMP
CONTROLLER

Безопасность партнеров: провели 963 аудита подрядчиков

Строгие правила в области охраны труда и промышленной безопасности распространяются и на наших партнеров. В 2019 году мы усилили фокус на том, чтобы сотрудники сторонних организаций, работающие с Coca-Cola в России, знали и соблюдали наши правила безопасности. Мы провели 963 аудита подрядных организаций на соответствие нашим требованиям безопасности. Кроме этого, во время второй Недели охраны труда мы организовали мастер-классы для подрядчиков на всех заводах Coca-Cola в России.

В 2019 году мы запустили пилотный проект по телемедицине, который будет использоваться в том числе и в работе с подрядчиками. Дистанционная медицина позволит лучше контролировать здоровье сотрудников, работающих удаленно, например водителей перед отправкой в рейс. Специальная аппаратура идентифицирует водителя, после чего проводит стандартные предрейсовые процедуры: измерение температуры и пульса, проверка на алкоголь, общее самочувствие. Информация поступает медику, который может удаленно принять решение об отправке водителя в рейс (или его недопуске за руль).

Что мы планируем сделать в 2020 году

Введем **интегрированную систему менеджмента** на всех заводах Coca-Cola в России, соответствующую стандартам ISO 9001, ISO 14001 и ISO 45001

Проведем в ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» расширенный **тренинг по охране труда и правилам оказания первой помощи для работников офиса** (проходит один раз в три года) и продолжим практику опросов на тему охраны труда (Culture Excellence Survey). А также организуем **тренинг по защитному вождению** для сотрудников, управляющих корпоративным транспортом

Продолжим **модернизацию систем противопожарной защиты** и сделаем базу их техобслуживания доступной для всех руководителей структурных подразделений и наших подрядчиков

Распространим **проект поведенческой безопасности Behavioral Based Safety** среди сотрудников отдела продаж Coca-Cola HBC Россия

Внедрим **проект по телемедицине «Удаленный работник»** на всех заводах Coca-Cola в России

Шаг 12

Вывели культуру волонтерства на новый уровень

#будьСантой
#РождественскийКараванСоcaCola
#БытьСантойМожетКаждый
#XMAS2020

Поддерживая и развивая культуру волонтерства, Coca-Cola в России следует глобальной стратегии устойчивого развития, усиливает свои позиции работодателя и проявляет заботу о сотрудниках.

Мы верим, что волонтерство помогает развивать организаторские и лидерские навыки, усиливает горизонтальные связи в команде, а главное — приносит пользу обществу. В 2019 году **40%** наших сотрудников были вовлечены в волонтерскую деятельность — на таком уровне этот показатель держится с 2018 года.

Культуру волонтерства мы поддерживаем не только внутри компании, но и за ее пределами. В прошедшем году, помимо наших сотрудников, в социальных проектах Coca-Cola в России участвовали и внешние волонтеры: студенты, представители клиентов и некоммерческих организаций-партнеров.

Что нам удалось в 2019 году

40%

сотрудников Coca-Cola в России хотя бы один раз участвовали в корпоративных волонтерских проектах

12%

сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» участвовали в волонтерских проектах в рабочее время

Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» внедрили **корпоративную политику волонтерства в рабочее время**

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

Корпоративное волонтерство: создали больше возможностей для добрых дел в рабочее время

В 2019 году мы внедрили политику волонтерства в рабочее время: у сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» появилась возможность взять дополнительный день оплачиваемого отпуска и провести его, участвуя в одном из волонтерских проектов. Тем самым мы стараемся способствовать развитию волонтерского движения и не ставить сотрудников перед выбором — уделить время в выходные семье или помощи другим.

Почти половина наших волонтерских мероприятий в 2019 году состоялась в будни. Мероприятия, проводимые в офисе, не требуют отпуска, а вопрос отсутствия сотрудника на рабочем месте в течение пары часов рассматривает руководитель. В результате внедрения новой политики в волонтерских проектах в рабочее время поучаствовали **12%** сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» — это на **2 п.п. больше**, чем мы рассчитывали, когда запускали проект.

За поддержку корпоративного волонтерства и расширение возможностей участия в социальных проектах в рабочее время Coca-Cola HBC Россия получила награду Всероссийского конкурса «Чемпионы добрых дел — 2019».

В ответ на запрос со стороны сотрудников мы создали внутренний тематический портал о волонтерстве. Там собрана детальная информация по всем проектам, в которых нужны волонтеры, начиная от экологических акций и заканчивая образовательными лекциями или работой на инклюзивных мероприятиях в рамках ежегодного «Рождественского каравана Coca-Cola».

Ключевые цифры

2 600+

сотрудников Coca-Cola в России стали волонтерами в 2019 году

800+

сотрудников Coca-Cola в России участвовали в волонтерских проектах в рабочее время

10

сотрудников стали наставниками в рамках проекта «Растим добро» по работе с подростками, оставшимися без попечения родителей

107

волонтерских мероприятий прошли в 2019 году, из них **50** — в рабочие дни

3

волонтерских часа пришлось в среднем на одного сотрудника, из них **2,89 часа** — в рабочее время

142

сотрудника стали волонтерами в проектах по очистке прибрежных территорий — это на **43%** больше, чем в 2018 году

Донорство: сдали 163 литра крови

Coca-Cola в России продолжает привлекать сотрудников к участию в донорских акциях. В 2019 году в офисах компаний и в донормобилях прошли 10 акций по сбору донорской крови для медицинских учреждений. В акциях участвовали 363 человека. Еще 46 сотрудников Coca-Cola в России вступили в Национальный регистр доноров костного мозга: у них взяли кровь для типирования, чтобы включить их данные в базу потенциальных доноров. В России остро не хватает потенциальных доноров костного мозга, и мы рады внести свой скромный вклад в решение этой проблемы.

10

донорских акций состоялись в офисах Coca-Cola в России

363

сотрудника стали донорами крови, 163 литра крови собрали для медицинских учреждений

Внешнее волонтерство: вовлекаем партнеров в наши социальные проекты

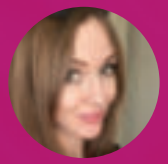
В 2019 году мы продолжили продвигать культуру волонтерства за пределами компании. Мы активно привлекали к нашим проектам не только сотрудников Coca-Cola в России, но и старшеклассников, студентов, представителей НКО и волонтерских центров, а также партнеров по бизнесу. Благодаря проекту «Школа Coca-Cola», который привлекает молодежь в качестве амбассадоров компании, в социальных и экологических программах Coca-Cola в России участвовали студенты 21 вуза со всей страны.

Организовать и провести один из самых известных и масштабных ежегодных социальных проектов «Рождественский караван Coca-Cola» нам также помогли внешние волонтеры: студенты, представители волонтерских центров и НКО. В инклюзивных новогодних праздниках участвовали **29 партнеров**, включая клиентов Coca-Cola в России. Например, сотрудники крупнейшей сети пиццерий в Свердловской области Pizza Mia провели инклюзивные мастер-классы для участников «Рождественского каравана Coca-Cola» в Екатеринбурге. Все внешние волонтеры прошли специальные тренинги вместе с нашими сотрудниками.

Над экологическими акциями мы работали совместно с Национальным советом по корпоративному волонтерству (НСКВ). Подразделения Coca-Cola в России во многих регионах состоят в Совете и объединяют усилия для проведения экологических акций «За чистое будущее озера Байкал», «Живая Волга», «День Черного моря», «Зеленые команды». Благодаря нашему сотрудничеству экологические проекты в этом году стали по-настоящему масштабными: только в акции «Зеленые команды» участвовали **5 610** внешних и корпоративных волонтеров. Вместе они собрали **83** тонны отходов, из которых на переработку передали 1 тонну вторсырья.

Взгляд партнеров

« В 2019 году я работала волонтером в реабилитационном центре. Во время праздничной программы, организованной в рамках проекта «Рождественский караван Coca-Cola», я помогала в навигации ребятам и их сопровождающим на площадке. Видеть радость на лицах посетителей — и есть самая большая награда за работу. А началось все с волонтерства в проектах Coca-Cola в России на Чемпионате мира по футболу FIFA 2018 в России™. Чемпионат закончился, а наш волонтерский чат сохранился. Когда вижу там объявления о том, что нужны волонтеры, по возможности откликаюсь. Знаю, что если организатор мероприятия — Coca-Cola в России, то все будет ярко, красиво и качественно».



Светлана Хворостенко, внешний волонтер от Донского государственного технического университета, Ростов-на-Дону

« Coca-Cola в России уже не просто партнер нашего клуба, а наш друг. Мы всегда ждем приглашения на субботники проекта «Зеленые команды» и с удовольствием в них участвуем. Вместе с Coca-Cola в 2019 году мы убирали территорию Новосибирского зоопарка и Соснового бора. Для подростков наводить порядок в зоопарке намного увлекательнее, чем в обычном дворе. Coca-Cola в России всегда поддерживала нас в организации локальных мероприятий, например фестиваля творчества для ребят с особенностями здоровья «Наш мир». А еще участники нашего семейного клуба всегда в восторге от экскурсий на производство Coca-Cola. В городе почти нет альтернатив, где они могли бы увидеть производственный процесс своими глазами».

Валентина Зеленина, руководитель клуба общения детей и молодых людей с ограниченными возможностями здоровья «Кудрявый еж», Новосибирск

Что мы планируем сделать в 2020 году

Сделать еще более информативным и удобным наш внутренний волонтерский портал с информацией о проектах Coca-Cola и партнерских организациях, а также создать на базе портала «маркетплейс» социальных проектов и возможностей адресной и востребованной помощи. Там же можно будет найти записи обучающих тренингов о том, как помогать правильно, прочитать личные истории волонтеров и вдохновиться историями сотрудников, которые участвовали в проектах компании

Сохранить высокие показатели по количеству волонтерских часов и сотрудников, участвующих в волонтерских проектах в рабочее время

Поддерживать интеллектуальное волонтерство и дать старт сотрудничеству с Благотворительным фондом «Друзья» и платформой ProCharity, чтобы желающие могли удаленно использовать во благо свои профессиональные навыки

Взгляд изнутри

«Я «работаю» волонтером на «Рождественском караване Coca-Cola» уже три года. Все началось с желания помочь: новогодние мероприятия — всегда радость, счастье и воплощение чуда, в которое верят ребята. Волонтерство открывает в человеке то, что зачастую скрыто даже от себя. Благодаря участию в «Рождественском караване Coca-Cola» я стал внимательнее относиться к школьникам. Я ценю то, что с каждым годом растут профессионализм волонтеров проекта и уровень организации праздника. Мне близка и новая концепция: теперь новогодние мероприятия проводятся для ребят с особенностями развития, они приезжают в большие помещения с несколькими игровыми зонами, а сам праздник проходит в доброй и веселой атмосфере».

Александр Голенков, руководитель группы торговых представителей, Coca-Cola HBC Россия, Новосибирск

Шаг 13

Поддержали тысячи молодых специалистов в развитии карьеры

http://youthempowered.ru
13 марта 2019 года
Запуск новой бесплатной
образовательной платформы
Системы Coca-Cola в России

От молодых людей зависит не только будущее нашего бизнеса, но и то, какой будет наша страна. Свой вклад в развитие нового поколения мы видим в повышении конкурентоспособности молодых людей на рынке труда: мы создаем возможности для расширения кругозора, удовлетворения карьерных амбиций, личного и профессионального роста и развития.

Чтобы упорядочить и систематизировать свои программы по работе с потенциальными сотрудниками, в 2019 году мы выделили работу над созданием сильного бренда работодателя в отдельное направление. Большинство активностей шли и раньше, но теперь наш подход к работе с потенциальными сотрудниками стал более структурированным и последовательным. Благодаря такому решению работа по созданию сильного бренда вышла на новый уровень. Вот несколько ее примеров. В 2019 году мы запустили «Школу Coca-Cola» — флагманский проект интенсивного обучения для первокурсников и студентов выпускных курсов, которые благодаря участию в программе могут пройти ускоренный отбор на программу подготовки будущих менеджеров или стартовую позицию в компании, а также получить знания о soft skills и применить их на практике. Мы приложили максимум усилий, чтобы донести наши ценности до молодых людей и сделать их амбассадорами нашего бренда с помощью программы «Лига амбассадоров». Самые увлеченные и ответственные участники всех образовательных проектов пошли дальше и поступили на стажировку в компанию по программе Rise Management Trainee Programme. А еще мы продолжили развивать системное взаимодействие с ведущими российскими вузами, приоритетными для компании с точки зрения привлечения выпускников в качестве потенциальных сотрудников.

Мы также изменили подход к проведению проекта «День карьеры» на заводах компании: теперь у его участников есть возможность не только посетить наше производство, но и прослушать функциональную лекцию от эксперта компании в соответствии со специальностью обучения в вузе.

В 2019 году мы также уделили большое внимание поддержке трудоустройства молодых специалистов. Так, весной мы запустили бесплатный проект в сфере образования и развития молодежи «Youth Empowered — Твой путь к успеху», помогающий молодым людям развивать деловые и социальные навыки, необходимые для успешного построения карьеры, с помощью онлайн-обучения и очных сессий. В России платформа Youth Empowered также призвана стать основой для поддержки женского предпринимательства в рамках глобальной инициативы системы Coca-Cola 5by20. Мы не забыли и о представителях рабочих профессий: в 2019 году Coca-Cola в России стала партнером Международного чемпионата профессионального мастерства WorldSkills в Казани, где молодежь рабочих профессий из разных стран могла проявить свои таланты, обменяться опытом с коллегами и встретиться с работодателями.

Что нам удалось в 2019 году

10 000+

молодых людей прошли обучение в рамках проекта «Youth Empowered — Твой путь к успеху». Больше половины из них — женщины (6 293 человека)

50 000+

студентов российских вузов приняли участие в Днях первокурсника, организованных Coca-Cola в России

450

студентов из Москвы, Новосибирска и Нижнего Новгорода поучаствовали в программе интенсивного обучения «Школа Coca-Cola»

1 354

молодых профессионала **из 63 стран** участвовали в Международном чемпионате профессионального мастерства WorldSkills в Казани, который поддержала Coca-Cola в России

Стали генеральным партнером **первого в России учебника по решению бизнес-задач** вместе с Changellenge

50%+

всех социальных инвестиций Coca-Cola в России в 2019 году составили инвестиции в проекты по поддержке образования и развития молодежи — доля в совокупном объеме инвестиций **возросла на 14,5 п.п.** по сравнению с 2018 годом. Увеличение связано прежде всего с запуском проекта «Youth Empowered — Твой путь к успеху», направленного на борьбу с безработицей и поддержку молодых людей в выборе карьеры

Работа с потенциальными сотрудниками: охватили более 50 000 человек

В 2019 году мы усилили деятельность по развитию сильного бренда работодателя, сфокусировавшись на выстраивании комплексной работы с потенциальными сотрудниками. Мы запустили ряд программ для студентов и недавних выпускников, нацеленных на то, чтобы ознакомить молодых людей с компанией и ее корпоративной культурой на самом старте и оказать поддержку в определении карьерного пути. Весной 2019 года мы запустили программу интенсивного обучения **«Школа Coca-Cola»** и привлекли к участию в ней студентов Москвы, Новосибирска и Нижнего Новгорода. С самого начала проект разрабатывался как практический, нам было крайне важно дать талантливым студентам то, чего они не могут получить на лекциях в вузе. За три-четыре дня ребята глубоко погружались в бизнес, изучая различные функции на наших производствах и в офисах, а специалисты Coca-Cola HBC Россия, ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» и АО «Мултон» проводили для них тренинги и мастер-классы. В результате студенты получали полное представление о деятельности компании и наших корпоративных ценностях, а также понятную дорожную карту для построения будущей карьеры. Ежедневно участники программы набирали баллы, а победители попали на индивидуальную карьерную коучинговую сессию и получили шанс пройти стажировку в одной из компаний. Данный проект стал недостающим первым этапом комплексного образовательного цикла по привлечению и подготовке будущих сотрудников.

В 2019 году в 18 городах России мы реализовали программу **«Лига амбассадоров»**, прочно интегрировавшуюся в комплексный цикл работы с молодыми специалистами. Проект рассчитан на студентов второго курса и старше и действует в течение всего учебного года. Амбассадоры представляют Coca-Cola HBC Россия в своем вузе, рассказывают однокурсникам о карьерных возможностях компании, приглашают их на мероприятия, участвуют в организации экскурсий на заводы и в офисы Coca-Cola в России, становятся волонтерами в экологических и социальных проектах, а также могут реализовать собственную идею образовательного мероприятия при поддержке компании. Каждый месяц для всех участников организовываются офлайн- и онлайн-тренинги и мастер-классы от экспертов компании, а лидирование амбициозных проектов помогает обрести опыт проектного менеджмента и командной работы.

Умение эффективно справляться с бизнес-задачами — один из самых востребованных навыков в современном мире. Помимо индустрии консалтинга, кейс-решения применяются в самых разных сферах бизнеса, особенно в крупных компаниях. В 2019 году Coca-Cola HBC Россия стала генеральным партнером первого учебника по решению бизнес-задач на русском языке Changellenge. Книга поможет студентам и молодым специалистам освоить кейс-метод и повысить востребованность на рынке труда. Вместе с тремя партнерами — Changellenge, FutureToday и международной студенческой ассоциацией AIESEC — мы проводили кейс-чемпионаты, где наши специалисты помогали участникам решать реальные бизнес-задачи.

Мы также привлекали студентов ведущих вузов в разных регионах России в качестве волонтеров в социальных и экологических проектах компании. Так, в НИУ «Высшая школа экономики» активисты проекта «Зеленая Вышка» при нашей поддержке начали собирать металлолом и алюминий для переработки.

Реализуя комплексную программу работы с потенциальными сотрудниками, мы даем возможность ее участникам погрузиться в жизнь компании, наши ценности и культуру, поработать с экспертами, попробовать себя в разных направлениях и понять, что работа в Coca-Cola в России — это не просто карьера, а видение мира и бережное отношение к нему, ответственность перед обществом и экологией.

Взгляд партнеров

«ИОМ — территория практиков, и нам важно, чтобы студенты имели возможность в процессе учебы погружаться в индустрию. Сотрудничество с Coca-Cola в России позволяет нам поддерживать и укреплять это направление. Например, в 2019 году Coca-Cola в России и РАНХиГС провели 10 экскурсий на завод Coca-Cola HBC Россия, где студенты не только узнавали об истории компании, но и встречались с руководителями подразделений по своей специальности и вели открытый диалог о проблемах индустрии и тонкостях профессии. Кроме того, мы организовали ряд других образовательных мероприятий, например, встречи с экспертами из отделов маркетинга и коммуникаций, где студентам читали лекции сотрудники Coca-Cola HBC Россия. Приятно, что менеджмент компании вовлечен в проекты и готов делиться со студентами опытом и экспертизой, тем самым заряжая молодежь интересом к своему делу».

Кристина Шаварина, ведущий специалист экспертного центра Института отраслевого менеджмента (ИОМ) РАНХиГС

Что еще мы сделали в 2019 году

Продолжили программу подготовки будущих руководителей **Rise Management Trainee Programme**, которая помогает недавним выпускникам вузов за два года пройти путь до управленческой позиции начального уровня. В 2019 году мы получили более 7 500 заявок на участие в программе от молодых специалистов и выпускников. По результатам оценки мы пригласили в программу **18 молодых людей**, и по итогам завершения программы в 2019 году все они остались работать в Coca-Cola HBC Россия

Устроили **Дни первокурсника** для более чем **50 000** студентов 21 вуза. Наши специалисты вели лекции о деловых и социальных навыках от коммуникации до эмоционального интеллекта

Провели **экскурсии на заводах для более чем 12 000 студентов**. Около трети из них побывали на производстве в рамках Дня карьеры: молодые люди посетили заводы Coca-Cola в России и получили практические знания в ходе общения со специалистами разных функций

Youth Empowered: помогли 10 000 молодых людей развить деловые и социальные навыки

Умение общаться, управлять своим временем и другие социальные и деловые компетенции — важное преимущество при приеме на работу и для успешного карьерного развития. Чтобы помочь молодым специалистам освоить эти навыки и удовлетворить карьерные амбиции, в марте 2019 года мы запустили масштабный проект в сфере образования и развития молодежи «Youth Empowered — Твой путь к успеху». Эта платформа объединила бесплатные онлайн- и офлайн-сессии по двум направлениям — «Социальные компетенции» и «Деловые компетенции». Первое учит, как развивать сеть контактов (нетворкинг), эффективно управлять своим временем, осознанно строить карьеру. Второе обучает ведению переговоров, бизнес-планированию, проектному менеджменту, финансовой грамотности и продажам.

Проект ориентирован не только на жителей городов-миллионников, но и на молодых специалистов из небольших городов, где зачастую меньше возможностей для развития карьеры. Мы попытались решить эту проблему, предоставив молодежи больше вариантов онлайн-обучения, а чтобы привлечь внимание к программе, проводили офлайн-мероприятия.

В развитии программы активно участвуют профессиональные бизнес-тренеры, рекрутинговые агентства и партнеры Coca-Cola в России. В их числе X5 Retail Group, «ВКонтакте», HeadHunter, Московская школа управления СКОЛКОВО, EY, Brainify, Smart Course и другие организации. Нас всех объединяет одна цель — внести вклад в развитие молодого поколения через обучение важным для поиска работы и построения карьеры навыкам. Партнеры делятся экспертизой в области образования и проводят вебинары о том, как строить карьеру, ориентироваться на рынке труда и находить возможности для саморазвития.

Участниками обучающих сессий с марта по декабрь 2019 года стали **более 10 000 молодых людей**, 80% из которых прошли обучение онлайн. Сложная архитектура платформы не позволила охватить больше людей, поэтому в 2020 году мы перенесем контент на новую площадку, сделав управление курсами проще и понятнее пользователям. Кроме этого, мы усовершенствуем и сам продукт, который позволит нашим пользователям выстраивать собственные карьерные траектории, получать образовательный контент от наших партнеров, узнавать о мероприятиях компании в своих городах. В 2020 году мы планируем увеличить цифры по участникам проекта вдвое.

Поддержали Международный чемпионат профессионального мастерства WorldSkills в Казани

Международный чемпионат профессионального мастерства WorldSkills — одно из самых масштабных и престижных соревнований рабочих профессий в мире. Его основная задача — развитие навыков и компетенций молодых специалистов. Это уникальный шанс показать свои умения в выбранной профессии и обменяться опытом с коллегами из других стран, а также встретиться с потенциальными работодателями. В 2019 году чемпионат WorldSkills впервые прошел в России. С 22 по 27 августа в Казани участники соревновались в 56 компетенциях — от парикмахерского искусства до ремонта авиационных двигателей.

Почти 40% сотрудников Coca-Cola в России — представители рабочих профессий, поэтому чемпионат WorldSkills для нас — важный социальный проект в области образования и повышения профессиональной квалификации. Это возможность для нас поддержать профессионалов-участников конкурса и следить за их деятельностью в дальнейшем. Coca-Cola в России обеспечила участников 45-го чемпионата WorldSkills более чем 500 000 бутылок с безалкогольными напитками из энергоэффективных холодильников.

В организации мероприятия нам помогало много молодых волонтеров. В их числе была 19-летняя Варвара Сарбаева, одна из участниц проекта **«Растим добро»** — программы социальной адаптации и профессиональной ориентации для подростков, оставшихся без попечения родителей при поддержке бренда «Добрый». На чемпионате Варвара работала как мерчандайзер бок о бок с сотрудниками Coca-Cola в России, помогая им обеспечивать доставку и выкладку товара. Для нее, как и для других волонтеров, участие в чемпионате стало возможностью подработки, социализации, новых впечатлений и знакомств.

В 2019 году в проекте **«Растим добро»** участвовали **13** НКО-партнеров, более **600** подростков, оставшихся без попечения родителей, и выпускников детских домов из 45 учреждений 9 регионов России: Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Нижегородская, Свердловская, Новосибирская, Владимирская, Ростовская области, Приморский край

Как это было

«Я живу в детском доме в Нижнем Новгороде, учусь в техникуме на третьем курсе по направлению ЖКХ и каждое лето подрабатываю. Летом 2019 года меня взяли в команду Coca-Cola в России на Международный чемпионат профессионального мастерства WorldSkills в Казани. В мои обязанности входило наполнение холодильников напитками. В первые дни было сложно — людей приходило очень много, и надо было успевать быстро заполнять холодильники. Но у нас была отличная команда, сплоченная и быстрая. Жить самостоятельно, пусть даже несколько дней, было непросто, но интересно. Я довольно быстро привыкла покупать себе продукты, оплачивать проезд, самостоятельно передвигаться по городу и объектам чемпионата. Я справилась и горжусь собой».

Варя Сарбаева,
участница проекта «Растим добро»

Что мы планируем сделать в 2020 году

Расширим географию программы **«Школа Coca-Cola»** на Ростов-на-Дону

Запустим проект **профориентационных экскурсий** на заводах Coca-Cola в России для школьников старше 12 лет

Более **15 000 студентов** воспользуются первым учебником по решению бизнес-задач, выпущенным Coca-Cola в России вместе с Changellenge

Откроем новые возможности на платформе **«Youth Empowered — Твой путь к успеху»** — внедрим конструктор карьерных траекторий, добавим новый образовательный контент и расширим возможности для партнерства, что позволит охватить **19 000 человек**

Шаг 14

Открыли больше возможностей людям с особыми потребностями

Наша цель — внести ощутимый вклад в создание общества, где каждого уважают и принимают таким, какой он есть. В России мы уже много лет создаем инклюзивную инфраструктуру, развиваем инклюзивный спорт, проводим инклюзивные праздники. Безбарьерными мы стараемся сделать и все наши крупные мероприятия: создаем комфортную среду для социализации участников с любыми возможностями, одновременно используя силу нашего бренда для привлечения внимания к проблемам людей с особыми нуждами.

Для людей с особенностями развития открыты не только наши спортивные мероприятия и праздники, но и производственные площадки Coca-Cola в России. В 2019 году мы вывели нашу инклюзивную экскурсионную программу на новый профессиональный уровень, и этот шаг оказался одним из ключевых по итогам года: он запустил инфраструктурные и культурные изменения, благодаря которым на всех наших заводах постепенно будет создана безбарьерная среда.

Что нам удалось в 2019 году

Провели инклюзивные экскурсии на заводах компании примерно для **3 000 человек**

Начали работу над **профессиональной программой экскурсий** во всех городах присутствия заводов Coca-Cola в России для слабослышащих посетителей и людей с особенностями ментального развития

Поддержали инклюзивные спортивные мероприятия Специальной Олимпиады **в 10 городах России**

Помогли российской сборной поехать на Всемирные летние игры Специальной Олимпиады в Абу-Даби и привезти **175 медалей**

Провели инклюзивные новогодние праздники **в 10 городах** России для более **3 000 подростков** в рамках проекта «Рождественский караван Coca-Cola»

Открыли еще **три** новых инклюзивных игровых парка, где смогут заниматься спортом тысячи людей с любыми возможностями

25%+ от всех социальных инвестиций Coca-Cola в России мы направили на программы по развитию инклюзивного общества в 2019 году

Инклюзивные экскурсии: трансформируем инфраструктуру и культуру

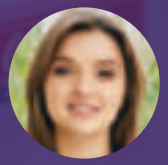
Для людей с особыми потребностями экскурсии на производство — повод побывать в новом месте, получить новый опыт, знания и впечатления и просто хорошо провести время. А еще это необходимая им возможность для социализации. С 2016 года мы проводим инклюзивные экскурсии на всех 10 заводах Coca-Cola в России. К нам приходят люди с нарушением слуха, зрения, с особенностями ментального развития, с ограниченной мобильностью. В 2019 году у нас в гостях побывали ребята с онкологическими заболеваниями из ФГБУ НМИЦ ДГОИ имени Дмитрия Рогачева.

На всех 10 заводах Coca-Cola в России проходят инклюзивные экскурсии

Раньше мы самостоятельно адаптировали формат экскурсий под нужды людей с особыми потребностями, но в 2019 году подключили к этому специалистов. Профессионально адаптировать программу и маршрут экскурсий для разных категорий гостей нам помогает благотворительный фонд «Гольфстрим», который многие годы занимается решением проблем людей с особыми потребностями.

Как это было

«Однажды на общую почту Coca-Cola в России пришло письмо от матери, чей сын потерял зрение в автомобильной аварии. У подростка была мечта — посетить завод Coca-Cola в России, где делают его любимый напиток. Нас тронула эта история. Обычные экскурсии на завод мы проводили регулярно, но тогда задумались, а что мы можем сделать, чтобы они были интересными и информативными для тех, кто почти ничего не видит? Мы решили добавить в программу экскурсии то, что можно услышать, потрогать, попробовать на вкус. Например, мы придумали интерактивную дегустацию, где участники пробовали разные напитки и отвечали, с чем они связаны. Sprite у многих ассоциировался с кинотеатром, Fanta — с отдыхом на море, Coca-Cola — с Новым годом. Специально для слабовидящих подростков мы провели сенсорную экскурсию на производство, где ребята слушали звуки оборудования и трогали все, что можно, не нарушая требований безопасности. Каждого экскурсанта сопровождал сотрудник компании или волонтер. Так инклюзивные экскурсии вошли в нашу повседневную жизнь».



Полина Дзюбенко, руководитель направления по разработке экскурсионных программ, Coca-Cola HBC Россия

Мы начали с разработки профессиональных экскурсий для людей с ограничениями слуха и с особенностями ментального развития. Для последних программа стала более понятной и легко воспринимаемой. Для группы слабослышащих и неслышащих гостей мы перевели содержание экскурсий на язык жестов с помощью врача-сурдолога. Более того, язык жестов теперь изучают и экскурсоводы Coca-Cola в России, чтобы общаться с посетителями напрямую. Обеспечивать безопасность экскурсий помогают сотрудники компании и волонтеры.

Первые экскурсии в обновленном формате уже начались на московском заводе. За ближайшие полтора-два года мы планируем распространить этот опыт на все предприятия Coca-Cola в России.

Чтобы среда была максимально комфортной для всех, мы начали обучать вовлеченных в организацию и проведение экскурсий специалистов нюансам работы и общения с разными категориями людей с особыми потребностями. Серию подобных тренингов уже также прошли все наши сотрудники-волонтеры. В 2020 году мы рассмотрим возможность сделать такие обучающие программы доступными для всех желающих в компании и за ее пределами.

В 2019 году мы сделали еще один важный шаг к созданию инклюзивной и доступной среды на наших производствах — согласовали со Всероссийским обществом инвалидов проект адаптации завода Coca-Cola HBC Россия в Москве для людей с ограниченной мобильностью. Уже до конца 2020 года мы проведем ремонтные работы, подвесим эвакуационные люльки, расширим дверные проемы для свободного проезда колясок, удлиним существующие парапеты и создадим новые. Постепенно мы планируем оснастить подобным образом все заводы Coca-Cola в других городах России.

Взгляд партнеров

«Наш фонд помогает людям с особенностями развития и их семьям, поэтому мы с готовностью откликнулись на предложение Coca-Cola в России разработать экскурсии для посетителей с ограниченными возможностями здоровья. Совместно с коллегами из Coca-Cola в России мы адаптируем экскурсионные программы под потребности разных посетителей, а также организуем для сотрудников компании обучающие вебинары о принципах работы с людьми с особенностями развития. Социальная исключенность, невозможность активно участвовать в жизни общества или, иными словами, социальная изоляция — одна из ключевых проблем людей с ограниченными возможностями здоровья. То, что делает Coca-Cola в России, перестраивая собственную инфраструктуру и обеспечивая ее доступность, адаптируя просветительские программы, развивая культуру поведения, это и есть формирование инклюзивного общества в рамках отдельно взятой компании. Чем больше таких примеров будет в бизнесе, тем больше надежд у нас создать общество, в котором комфортно всем и есть место каждому».

Юлия Прилепская, программный директор благотворительного фонда «Гольфстрим»

Инклюзивные праздники: собрали более 3 000 подростков на «Рождественском караване Coca-Cola»

«Рождественский караван Coca-Cola» в 2019 году охватил 10 городов. Инклюзивные новогодние праздники прошли в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Самаре, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Новосибирске, Красноярске и Владивостоке. Ребята с разными возможностями смогли вместе создавать праздник для себя и других: делать подарки и упаковывать их, готовить коктейли, рисовать граффити, пробовать себя в профессиях радиоведущего, блогера и фотографа — занятие нашлось каждому.

Основным партнером проекта в 2019 году стал благотворительный фонд «Гольфстрим», оказывающий содействие профессионализации сферы инклюзии и реализующий проекты в области привлечения внимания общества к развитию инклюзии и оказанию помощи семьям в реабилитации и социальной адаптации. Эксперты и психологи фонда оказали методическую поддержку в создании контента инклюзивных мероприятий «Рождественского каравана Coca-Cola», разработали рекомендации по оснащению площадок необходимыми элементами, проводили специальные обучающие тренинги для волонтеров по работе с людьми с особенностями развития.

Игровые зоны были разработаны таким образом, чтобы в них могли с комфортом участвовать как обычные подростки, так и ребята с особенностями интеллектуального или физического развития. Каждая зона была доступна для гостей на инвалидных колясках, образовательные активности имели разные уровни сложности, на всех мероприятиях присутствовал психолог из партнерского фонда соответствующего региона.

Впервые в «Рождественском караване Coca-Cola» появились инклюзивные мастерские, в которых участники готовили подарки своими руками. Часть сувениров для гостей наших мероприятий мы заказывали у Центра «Антон тут рядом», который помогает людям с расстройствами аутистического спектра. Напомним, что полностью инклюзивным «Рождественский караван Coca-Cola» стал в 2018 году.

Всего в разработке проекта и его проведении в 2019 году приняли участие более 100 некоммерческих организаций: Специальная Олимпиада России, Центр равных возможностей для детей-сирот «Вверх» (Москва), Ассоциация помощи людям с расстройством аутистического спектра (РАС) и другими нарушениями психологического развития «Спектр» (Новосибирск), Общественное движение «Право на счастье» (Красноярск) и многие другие. Также поддержку оказали 29 партнеров — торговые центры, отели, университеты и другие организации, с которыми сотрудничает Coca-Cola в России, в том числе отель «Метрополь» (Москва), Высшая школа менеджмента СПбГУ (Санкт-Петербург), отель Courtyard by Marriott (Нижний Новгород), ТК «Амбар» (Самара), Дальневосточный федеральный университет (Владивосток) и другие. Региональные партнеры помогли нам привлечь к проблеме социальной изоляции людей с особенностями развития больше внимания.

3 067

подростков участвовали в проекте «Рождественский караван Coca-Cola» в 2019 году

100+

некоммерческих организаций и **29** партнеров участвовали в организации проекта

109

внешних волонтеров приняли участие в мероприятиях, из них **80** — студенты вузов

791

волонтер из числа сотрудников компании помогал с организацией праздников

Инклюзивный спорт: укрепили партнерство со Специальной Олимпиадой России и открыли три новых игровых парка

В 2019 году мы открыли три новых инклюзивных игровых парка: в Самаре, Сочи и Москве. При поддержке Coca-Cola в России и Фонда помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» такие парки уже открыты в 9 из 11 российских городов, принимавших Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России™. Это многофункциональные спортивные комплексы с зоной для тренировок, спроектированные с учетом потребностей ребят с различными физическими, ментальными и сенсорными возможностями и доступные бесплатно всем желающим. На одной площадке играют и тренируются вместе подростки как с особенностями развития, так и без — это закладывает основы инклюзивной культуры и формирует безбарьерную социальную среду для людей с особыми потребностями.

Для людей с особенностями развития спорт — это способ раздвинуть границы возможностей и жить полной жизнью. Специальная Олимпиада России дает возможность таким атлетам реализоваться на международном уровне.

Coca-Cola — партнер-основатель Специальных Олимпийских игр с 1968 года, а с 2015 года берет отсчет сотрудничество компании со Специальной Олимпиадой России.

В 2018 году благотворительный фонд The Coca-Cola Foundation выделил $250 тысяч на подготовку и профессиональную спортивную экипировку российской сборной к Всемирным летним играм Специальной Олимпиады в марте 2019 года в Абу-Даби (Объединенные Арабские Эмираты). На Играх Россию представляли 153 спортсмена из 27 регионов. Они завоевали 175 медалей (89 золотых, 52 серебряных и 34 бронзовых) — это лучший результат нашей сборной за всю историю участия в соревнованиях.

Благодаря нашей поддержке в отчетном периоде также были открыты региональные офисы Специальной Олимпиады России в Республике Саха (Якутия), Хабаровском крае и Сочи. Кроме того, в партнерстве со Специальной Олимпиадой России мы провели спортивные мероприятия в 10 российских городах, в которых приняли участие более 1500 спортсменов.

1500+

атлетов участвовали в спортивных мероприятиях Специальной Олимпиады России, организованных при поддержке Coca-Cola в России в **10** российских городах

А ещё мы

Организовали на XXIX Всемирной зимней Универсиаде 2019 года в Красноярске **юнифайд-матч по хоккею на открытом льду**. Впервые в истории российского спорта подростки с особенностями развития сыграли в хоккей с профессиональными спортсменами. Посмотреть игру пришли около 2 000 зрителей

Устроили акцию по созданию необычных сувениров в рамках кампании **#МожетКаждый:** люди с особенностями развития и пожилые люди связали 100 пар варежек из шерсти сибирских лаек специально для участников и гостей XXIX Всемирной зимней Универсиады 2019 года в Красноярске

Провели **4 инклюзивных матча** по футболу в Твери, Ставрополе, Улан-Удэ в рамках Всероссийских соревнований по детскому и юношескому футболу «Кожаный мяч — Кубок Coca-Cola». Партнерами на юнифайд-матчах были региональные отделения Специальной Олимпиады России

Трудоустройство на равных: разрабатываем системные решения

Возможность профессиональной реализации людей с особыми потребностями — залог формирования инклюзивного общества. Coca-Cola в России строго соблюдает требования российского законодательства о квотировании рабочих мест для людей с ограничениями по здоровью, а также привлекает молодых людей с особыми потребностями попробовать себя в различных профессиях. Например, на объектах XXIX Всемирной зимней Универсиады 2019 года в Красноярске молодые люди ментальными нарушениями стали частью команды Coca-Cola в качестве мерчандайзеров.

Мы также поддерживаем некоммерческие организации, которые помогают воспитанникам и выпускникам коррекционных детских учреждений и психоневрологических интернатов с обучением и трудоустройством. Например, в ушедшем году мы не заказывали корпоративные подарки для партнеров и стейкхолдеров, а направили сэкономленные средства в поддержку Центра равных возможностей для детей-сирот «Вверх».

Однако, мы понимаем, что все эти меры — капля в море, и давно думаем о системных решениях в области поддержки инклюзивного трудоустройства. В 2019 году мы договорились с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» о разработке программы и методологии трудоустройства людей с ограничениями по здоровью в России. Совместными усилиями мы хотим создать алгоритмы, которые позволят и нам, и бизнесу в целом нанимать на работу больше людей с особыми нуждами.

Что мы планируем сделать в 2020 году

Запустим экскурсии для людей с особенностями развития в качественно новом формате на всех заводах Coca-Cola в России и на 30% увеличим поток посетителей инклюзивных экскурсий

Будем работать над включением инклюзивных экскурсий в городские программы поддержки людей с особыми потребностями

Полностью адаптируем московский завод Coca-Cola HBC Россия к передвижению людей с ограниченной мобильностью

Совместно с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца» откроем инклюзивные игровые парки еще в 2 городах: Санкт-Петербурге и Красноярске

Начнем разработку программы, способствующей трудоустройству людей с ограничениями по здоровью совместно с Фондом помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца»

Продолжим включать инклюзивную повестку в наши социальные проекты и привлекать людей с особыми нуждами к участию в инклюзивных мероприятиях

В партнерстве со Специальной Олимпиадой России начнем реализацию программы молодежного лидерства Unified Leaders, цель которой — создание среды для людей с особенностями развития, где они смогут реализовать свой лидерский потенциал. Подростки с особенностями развития и без будут совместно организовывать спортивные юнифайд-соревнования

Coca-Cola HBC Россия
Coca-Cola
#БудьСантой
Дари волшебство
с Coca-Cola

Шаг 15

Помогли пострадавшим в стихийных бедствиях

Стихийные бедствия нельзя запланировать, но к ним можно подготовиться. Для этого мы в Coca-Cola в России развиваем два стратегических направления — создание запасов гуманитарной помощи в регионах с высоким риском чрезвычайных ситуаций и оперативную доставку пострадавшим питьевой воды. К сожалению, в 2019 году наши усилия по подготовке к ЧС оказались востребованными сразу в пяти регионах: в Иркутской, Вологодской и Амурской областях, Хабаровском и Приморском краях, где в результате сильных наводнений пострадали десятки тысяч человек.

Для облегчения последствий чрезвычайных ситуаций совместно с нашим многолетним партнером Российским Красным Крестом мы создаем в регионах высокого риска склады с запасами гуманитарной помощи. В отчетном периоде мы пополнили запасами склады в четырех регионах — в Вологодской и Иркутской областях, Краснодарском крае и на Камчатке. Всего с нашей помощью по всей стране уже пополнено восемь таких складов*.

* В 2018 году мы пополнили запасами гуманитарной помощи склады в Ингушетии, Хакасии, Хабаровском крае и Москве.

~500 000 литров

воды BonAqua получили пострадавшие в чрезвычайных ситуациях за все время сотрудничества Coca-Cola в России и Российского Красного Креста в период с 2011 года

Уже в конце февраля 2020 года Coca-Cola в России отправила в Тулун дополнительно 30 000 литров воды BonAqua по запросу местного отделения Российского Красного Креста. Качество водопроводной воды после наводнения в регионе все еще очень низкое, поэтому людям по-прежнему нужна вода в бутылках. Чтобы обеспечить безопасность воды после наводнения, в водопровод добавляется много хлора. В результате у многих детей развилась аллергия на него. Таким образом, нашу воду получили 8 000 подростков в Тулуне, в том числе педиатрический центр местной больницы. Мы также поддержали 6 000 пожилых людей, большинство из которых находились в больницах.

Что нам удалось в 2019 году

81 500 литров

питьевой воды доставили для более чем **40 000 человек**, пострадавших от стихийных бедствий

600 семьям

в Иркутской и Вологодской областях дали возможность получить помощь со складов гуманитарной помощи

4 новых склада

с запасами гуманитарной помощи открыли в Вологодской и Иркутской областях, Краснодарском крае и на Камчатке

Что такое склад гуманитарной помощи

Склад гуманитарной помощи Российского Красного Креста — это запас предметов первой необходимости, рассчитанный на 200 семей. На каждом складе хранятся постельные принадлежности, средства гигиены (туалетная бумага, салфетки, подгузники, зубная паста и щетки), антисептики, консервы с длительным сроком хранения. Склад нужен, чтобы пострадавшие от стихийных бедствий и других чрезвычайных ситуаций могли получить помощь в первые же часы после происшествия.

Доставили воду пострадавшим от наводнений в Иркутской области

В апреле 2019 года мы открыли склад гуманитарной помощи в Иркутской области, а уже в июне сильное наводнение затронуло более 150 населенных пунктов в регионе. Из зоны бедствия эвакуировали около 45 000 человек. Было затоплено более 10 000 домов, почти половина из которых не подлежала восстановлению.

Благодаря наличию склада с готовыми запасами пострадавшие получили первую помощь в течение трех дней с момента трагедии. Весь запас, приобретенный на средства Coca-Cola в России в апреле, а затем и докупленные в июле матрасы и постельное белье были переданы пострадавшим. Масштаб бедствия оказался столь крупным, что в августе совместно с Российским Красным Крестом мы провели вторую закупку, доукомплектовав склад запасами еще на 200 семей. Через Глобальный фонд помощи (Global Relief Foundation) мы оперативно выделили дополнительные средства, чтобы до марта 2020 года наполнить еще четыре склада в Тулунском и других районах Иркутской области, наиболее сильно пострадавших от наводнений и подверженных риску новых паводков.

300+

человек получили предметы первой необходимости из гуманитарного запаса со склада в Иркутске во время наводнений 2019 года

Взгляд партнеров

«Если в регионе есть склад с запасами, начать раздавать гуманитарную помощь пострадавшим можно в первые же дни после происшествия. Вещи уже расфасованы в наборы, посчитаны и готовы к выдаче. А если нет склада, значит, надо организовывать сбор средств и вещей, потом расфасовывать все собранное. Это отнимает время. Кроме того, при наличии склада всем семьям выдаются одинаковые наборы: нет никакой конкуренции или сравнения, кому досталось больше или лучше. Выдачей гуманитарной помощи занимается региональное отделение Российского Красного Креста. В первую очередь ее получают семьи, в которых есть люди с особыми потребностями или маленькими детьми, пожилые, а затем и остальные пострадавшие».

Сергей Кобец, директор международного департамента, Российский Красный Крест

В 2019 году от нас потребовалась одна из крупнейших партий воды за всю историю нашего участия в ликвидации чрезвычайных ситуаций. В июне 2019 года Российский Красный Крест запросил у Coca-Cola в России сразу 30 тонн воды для помощи пострадавшим в Иркутской области. Обычно, если случается наводнение в регионе, партнеры заказывают от 7 до 10 тонн воды, но масштаб этого стихийного бедствия потребовал в три раза больше. Завод в Красноярске не располагал таким запасом продукции на складе для оперативной отгрузки и доставки, поэтому мы доставили в Красноярск продукцию с завода в Новосибирске, где установлены производственные мощности, способные в штатном режиме удовлетворять повышенную потребность в воде. В результате с июля по сентябрь 2019 года мы поставили в Иркутскую область 61 500 литров воды.

61 500 литров

воды было доставлено в пункты помощи пострадавшим от наводнения в Иркутской области с июля по сентябрь 2019 года; это одна из крупнейших партий воды, которую мы поставили пострадавшим в ЧС с 2011 года

29 000+

человек получили воду

Весной 2019 года, когда мы открывали склад в Иркутской области, во всем регионе бушевали пожары, их масштаб был непредсказуем. Мы перестраховались и создали запас с расчетом на то, чтобы оказывать помощь тем, кто пострадал от пожаров. К счастью, она не потребовалась.

Пришли на помощь там, где это было необходимо

Дальний Восток

В июле 2019 года на Дальнем Востоке из-за сильных ливней случились паводки, которые привели к наводнениям.
В Хабаровском крае в зоне бедствия оказались более 27 000 человек. В Приморье из-за ливней затопило около 900 домов, часть из которых не подлежит восстановлению. Особенно сильно пострадала Амурская область, где подтопило более 650 жилых домов в 30 населенных пунктах. В августе мы по просьбе Российского Красного Креста доставили в Благовещенск 15 000 литров воды для 8 000 человек. Мы также направили 3 000 литров воды в Хабаровск и 2 000 литров воды во Владивосток.

20 000

литров воды мы отправили **в помощь 10 751 человеку**, пострадавшему при наводнениях в Хабаровском крае, Амурской области и Приморье

Вологда

В ноябре 2019 года в Вологде из-за мощного циклона за два дня выпало более месячной нормы осадков. В 13 районах области пришлось ввести режим ЧС, более 500 населенных пунктов остались без света, часть дорог размыло, а в городе затопило несколько улиц. Пострадали несколько населенных пунктов и в прилегающей Новгородской области.

В начале 2019 года у Российского Красного Креста не было помещения для склада гуманитарной помощи в Вологодской области. Coca-Cola в России и Российский Красный Крест провели переговоры с властями, и губернатор области Олег Кувшинников лично выделил помещение под склад, где мы создали запас предметов первой необходимости на 200 семей. Благодаря своевременному созданию запасов уже в первые часы после ЧС пострадавшие от наводнения получили помощь с этого склада.

Москва

29 сентября 2019 года при поддержке Coca-Cola в России в Москве состоялся благотворительный забег Красного Креста. В нем участвовали 1000 взрослых и более 100 детей.
По результатам забега было собрано почти 800 000 рублей, на которые были приобретены продовольственные наборы для семей, пострадавших в чрезвычайных ситуациях. Сейчас эти запасы находятся на складе Российского Красного Креста в Москве и при необходимости будут направлены нуждающимся в регионы.

Почему важна вода

Для нас важно не только помогать, но и привлекать внимание к людям, которые нуждаются в помощи. Совместно с креативным агентством Smetana и компанией Spot Film мы сняли видеоролик, в котором рассказали о последствиях стихийных бедствий. Героями ролика стали современные художники и иллюстраторы Аксинья La Paloma, Сергей Зиновкин и Никита Голубев. В процессе съемок были созданы уникальные картины, выполненные акварелью и чернилами. Затем на полотна вылили воду, и они расплылись, что стало символом разрушительной силы стихии. Так мы показали, что стихийное бедствие может в один момент изменить привычную жизнь — и насколько важно, чтобы помощь пришла.

Присоединились к движениям фудсейвинга и фудшеринга

В мире набирают силу фудсейвинг и фудшеринг — экологические движения за спасение продуктов питания и их распределение между членами общества. В конце 2019 года Coca-Cola в России официально присоединилась к этим движениям, подписав соглашение о сотрудничестве с Фондом продовольствия «Русь». Теперь мы будем передавать фонду в качестве пожертвований безалкогольные напитки и соковую продукцию, а он будет направлять ее социально незащищенным категориям граждан. Речь идет о продукции надлежащего качества с достаточным сроком годности, позволяющим использовать ее в течение разумного времени с момента передачи. С начала нашего сотрудничества социально незащищенные категории людей уже получили 14 194 упаковки питьевого пюре «Добрый Смуззи».

Движения фудшеринга и фудсейвинга помогают в решении сразу пяти Целей устойчивого развития ООН: ликвидация нищеты и голода, обеспечение устойчивого развития городов и населенных пунктов, ответственное потребление и производство, а также борьба с изменением климата.

14 194 упаковки

питьевого пюре «Добрый Смуззи» передала Coca-Cola в России нуждающимся в рамках сотрудничества с Фондом продовольствия «Русь» в 2019 году

Что мы планируем сделать в 2020 году

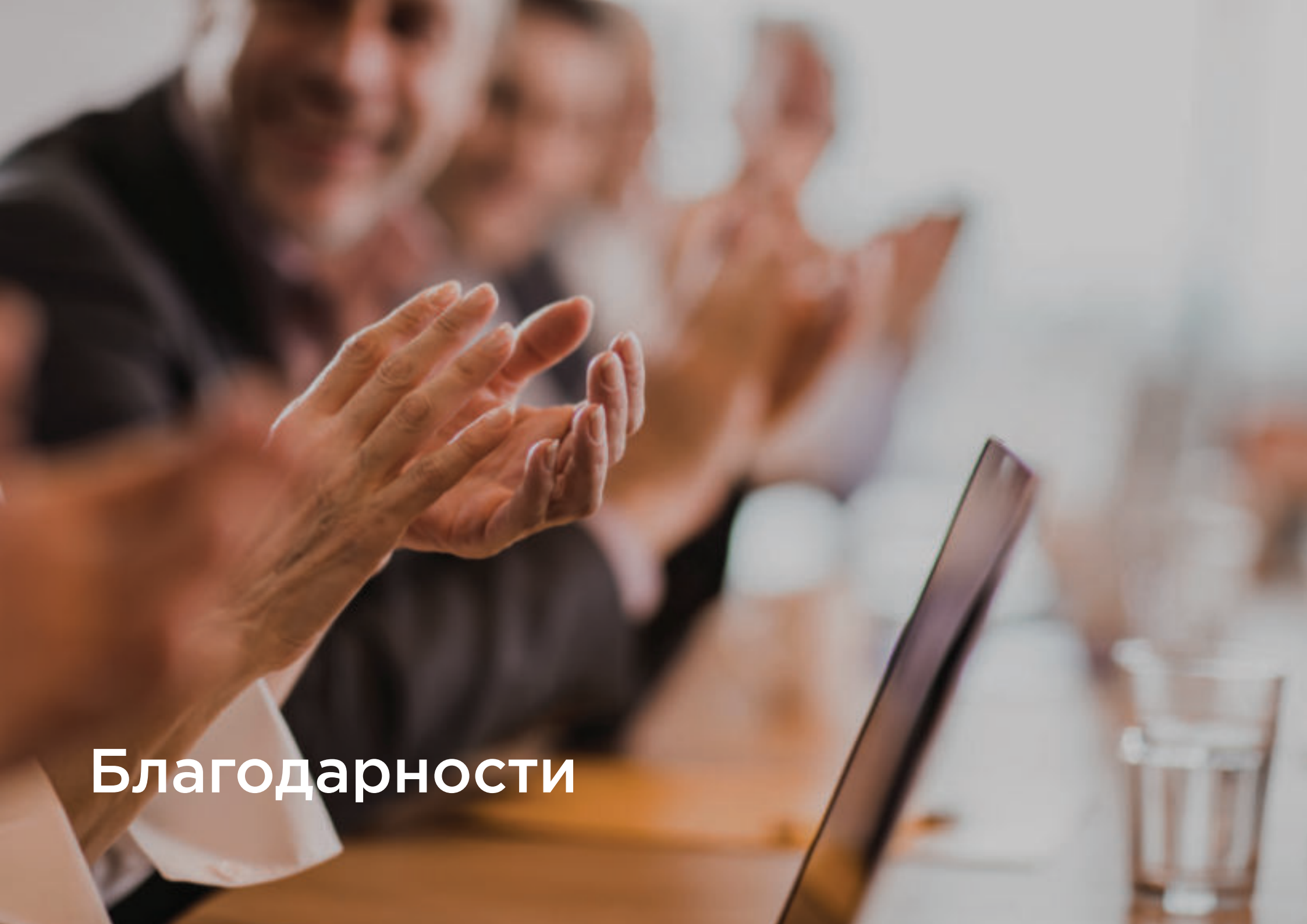
Будем готовы быстро приходить на помощь там, где это необходимо

В Иркутской области до конца марта 2020 года откроем 4 дополнительных склада

Продолжим развивать сотрудничество с Фондом продовольствия «Русь» по передаче в качестве пожертвований безалкогольные напитки и соковую продукцию

x4

Откроем еще 4 склада с гуманитарной помощью — в Карелии, Калужской области, Башкирии и Северной Осетии



Благодарности

Благодарим всех, кто принимал участие в подготовке отчета!

- Антонов Геннадий
- Архипова Ирина
- Аракчеев Денис
- Бошкович Ваня
- Васильева Алиса
- Власова Екатерина
- Габуева Лилия
- Гиниятуллин Искандер
- Голенков Александр
- Голубин Сергей
- Горбачев Александр
- Горланова Дарья
- Гришин Леонид
- Дрогайцева Ольга
- Дзюбенко Полина
- Евстафьев Антон
- Елецких Илья
- Жигулин Виталий
- Зеленина Валентина
- Каталина Юлия
- Катков Виталий
- Кизилова Анастасия
- Киселева Екатерина
- Кобец Сергей
- Ковалева Елена
- Ковалева Наталья
- Коллегина Елена
- Константиновская Светлана
- Краснова Анастасия
- Кудрявцев Владимир
- Кузьмичева Екатерина
- Кэфри Эрин
- Лата Анна
- Левин Сергей
- Лужных Екатерина
- Мамаджанова Махбуба
- Маркова Мария
- Маркович Арсений
- Марундик Алексей
- Меланевская Любовь
- Миливоевич-Панев Светлана
- Наумова Вера
- Овсянников Сергей
- Паняева Татьяна
- Петрова Ирина
- Печерина Ирина
- Пискарева Елена
- Попов Михаил
- Прилепская Юлия
- Протаковская Юлия
- Разинкина Мария
- Русакова Анна
- Сарбаева Варвара
- Сафонов Игорь
- Стасюкевич Сергей
- Студенникова Светлана
- Суроткина Ольга
- Сушко Александр
- Тимофеева Наталья
- Толоченко Наталия
- Фадеева Галина
- Фирсов Михаил
- Фирстова Ирина
- Хворостенко Светлана
- Шаварина Кристина
- Шашмурина Ксения
- Шумкова Ольга
- Щербакова Ирина
- Ярошенко Юлия

Контакты и обратная связь

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.

Блок корпоративных коммуникаций и устойчивого развития

Алиса Васильева

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

Телефон: +7 (495) 737-77-37
Email: alisa.vasilyeva@cchellenic.com

Елена Ковалева

Менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»

Телефон: +7 (495) 651-69-00
Email: ekovaleva@coca-cola.com

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

Ссылки для поиска контактной информации на сайтах Coca-Cola в России

https://ru.coca-colahellenic.com/ru/
https://www.coca-cola.ru/
https://multon.ru/

Страницы обратной связи для отправки сообщений

https://www.coca-cola.ru/contacts
https://ru.coca-colahellenic.com/ru/contact-us/
https://multon.ru/contacts

Иконки использовались с веб-ресурса www.flaticon.com, фотографии использовались с веб-ресурсов istockphoto.com и unsplash.com.

Соответствие Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2019 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 2019 года.

1. Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
Стандартные элементы раскрытия				
GRI 101	Принципы подготовки отчета	Об отчете	Границы и принципы подготовки отчета	
GRI 102	**Общие сведения об организации**			
102-1	Название организации	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Coca-Cola в России и мире	Структура собственности компаний Coca-Cola в России представлена в Отчетах об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2015–2016 годы (стр. 8) и Coca-Cola HBC Россия за 2017 год (стр. 8). Релевантная информация о деятельности системы Coca-Cola на глобальном уровне представлена в Интегрированных годовых отчетах: - Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG за 2019 год; - The Coca-Cola Company за 2019 год.
102-2	Деятельность, бренды, продукты, услуги	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Портфель напитков	
102-3	Адрес штаб-квартиры организации	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Coca-Cola в России и мире	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
102-4	География деятельности	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Coca-Cola в России и мире	Структура собственности компаний Coca-Cola в России представлена в Отчетах об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2015–2016 годы (стр. 8) и Coca-Cola HBC Россия за 2017 год (стр. 8). Релевантная информация о деятельности системы Coca-Cola на глобальном уровне представлена в Интегрированных годовых отчетах: - Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG за 2019 год; - The Coca-Cola Company за 2019 год.
102-5	Характер собственности и организационно-правовая форма	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Coca-Cola в России и мире	
102-6	Рынки, на которых работает организация	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Coca-Cola в России и мире	
102-7	Масштаб организации	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Coca-Cola в России и мире	
102-8	Информация о сотрудниках и других работниках	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать		Общая информация по Coca-Cola в России.
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по практикам ответственного работодателя	Детальная информация по каждой из компаний Coca-Cola в России с разбивкой по полу, региону, договору и типу занятости — в таблице ниже.
102-9	Цепочка поставок организации	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора	Дополнительная информация о цепочке поставок Coca-Cola HBC Россия. Руководящие принципы в работе с поставщиками (2019).
102-10	Существенные изменения масштабов, структуры или формы собственности организации или ее цепочки поставок, произошедших за отчетный период	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Существенных изменений масштабов, структур и форм собственности, а также цепочек поставок компаний Coca-Cola в России* в 2019 году не произошло.

* Coca-Cola в России — это три самостоятельные компании с разной структурой собственности: ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия (также Coca-Cola HBC Россия) и АО «Мултон» (см. также «Границы и принципы подготовки отчета» и «Coca-Cola в России и мире»). Применительно к элементам отчетности, мы используем название Coca-Cola в России, если представленная информация относится ко всем трем компаниям, или указываем те компании, в границах которых актуально раскрытие (см. также «Границы существенных тем» и «Управление устойчивым развитием»).

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
102-11	Применение принципа предосторожности	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Coca-Cola в России применяет принцип предосторожности в рамках системы управления рисками при осуществлении процедур оценки воздействия на окружающую среду и планирования мероприятий по защите окружающей среды.
102-12	Внешние экономические, экологические и социальные хартии, принципы и другие инициативы, которые поддерживает организация	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Общественно значимые инициативы	
102-13	Членство в ассоциациях и/или национальных и международных организациях по защите интересов	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Участие в профессиональных ассоциациях	
Стратегия				
102-14	Заявление ключевых лиц о значении устойчивого развития для организации и стратегии, применяемой ею при решении вопросов устойчивого развития	Обращение руководства Coca-Cola в России		
		Шаг 2. Расширили практики устойчивого развития	Как это было: менеджеры по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами об итогах года	
102-15	Ключевые воздействия, риски и возможности	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Культура снижения рисков	Риски в глобальном контексте: Интегрированный годовой отчет Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG за 2019 год (стр. 54).

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
Этика и честность				
102-16	Принципы, ценности, стандарты и нормы поведения	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными		
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Ключевые правила, принципы и политики, которыми руководствуются компании Coca-Cola в России: 1) принципы, политики и практики The Coca-Cola Company; 2) принципы, политики и практики Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон».
Корпоративное управление				
102-18	Структура корпоративного управления организацией, включая комитеты высшего органа корпоративного управления	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Структура и принципы корпоративного управления Группы Coca-Cola HBC AG, в которую входит Coca-Cola HBC Россия, включая АО «Мултон», подробно представлена в отдельной секции Интегрированного отчета компании за 2019 год. Структура и принципы корпоративного управления The Coca-Cola Company, в которую входит ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», опубликованы на стр. 5 и 13 Интегрированного отчета компании за 2019 год.
102-20	Руководитель/ руководители, ответственные за решение экономических, экологических и социальных вопросов	Шаг 2. Расширили практики устойчивого развития	Управление устойчивым развитием	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
Взаимодействие с заинтересованными сторонами				
102-40	Список групп заинтересованных сторон, с которыми взаимодействует организация	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	
102-41	Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	В Coca-Cola HBC Россия коллективными договорами охвачены 13,8% сотрудников. 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	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	
		Об отчете	Существенные темы	
102-43	Подход организации к взаимодействию с заинтересованными сторонами	Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	В отчет также включены комментарии представителей заинтересованных сторон (внешних партнеров и сотрудников), вовлеченных в проекты и программы устойчивого развития Coca-Cola в России.
		Об отчете	Существенные темы Границы и принципы подготовки отчета	
102-44	Ключевые темы/опасения, которые были подняты/высказаны заинтересованными сторонами	Об отчете	Существенные темы	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
Отчетные практики				
102-45	Юридические лица, отчетность которых была включена в консолидированную финансовую отчетность и аналогичные документы	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Финансовые результаты деятельности Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» за отчетный период включены в Интегрированный годовой отчет Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG за 2019 год. Финансовая отчетность ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» включена в Интегрированный годовой отчет The Coca-Cola Company за 2019 год.
102-46	Методика определения содержания отчета и границ тем	Об отчете	Существенные темы Границы и принципы подготовки отчета	
102-47	Список всех существенных тем, выявленных в процессе определения содержания отчета	Об отчете	Существенные темы	
102-48	Переформулировка информации и показателей, опубликованных в предыдущих отчетах, и их причины	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	По уточненным данным, общий объем отходов Coca-Cola в России в 2018 году составил 13 514 тонн (вместо указанных 13 497,8 тонн в Отчете об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год, (стр. 216). Расхождение незначительное, пересмотра оценки результатов 2018 года не потребовалось. Все соответствующие расчеты в настоящем отчете сделаны с учетом уточненных данных. Других переформулировок показателей не производилось.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
102-49	Существенные изменения охвата и границ тем и аспектов по сравнению с предыдущими отчетными периодами	Об отчете	Существенные темы	Существенных изменений охвата и границ тем и аспектов по сравнению с отчетом 2018 года не происходило. Два года подряд самой приоритетной темой и для стейкхолдеров Coca-Cola в России, и по степени воздействия на окружающую среду и общество является тема управления отходами. Также в 2019 году при оценке существенности тем мы разделили социальный блок на три отдельные темы — развитие инклюзивного общества, поддержка молодежи и помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях.
102-50	Отчетный период	Об отчете	Границы и принципы подготовки отчета	Отчетный период — с 1 января по 31 декабря 2019 года. Все данные в настоящем отчете предоставлены по состоянию на 31 декабря 2019 года, если дополнительно не оговорено иное.
102-51	Дата публикации предыдущего отчета об устойчивом развитии	Об отчете	Границы и принципы подготовки отчета	Публичное обсуждение Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola в России за 2018 год состоялось 2 июля 2019 года. Отчет об устойчивом развитии стал частью Интегрированного отчета Coca-Cola в России, включавшего также исследование «Вклад Coca-Cola в России в экономику Российской Федерации в 2017–2018 годах», был опубликован в октябре 2019 года.
102-52	Цикл отчетности	Об отчете	Границы и принципы подготовки отчета	
102-53	Контактное лицо, к которому можно обратиться с вопросами относительно отчета и его содержания	Контакты и обратная связь		Алиса Васильева, менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами Coca-Cola HBC Россия, alisa.vasilyeva@cchellenic.com. Елена Ковалева, менеджер по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг», ekovaleva@Coca-Cola.com.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
102-54	Выбранный организацией вариант подготовки отчета в соответствии с Руководством GRI	Об отчете	Границы и принципы подготовки отчета	Настоящий отчет подготовлен в соответствии с требованиями GRI Standards, вариант раскрытия информации — основной (CORE).
102-55	Указатель содержания GRI для выбранного варианта подготовки отчета	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	
102-56	Внешнее заверение	Об отчете	Границы и принципы подготовки отчета	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».
		Шаг 1. Повысили эффективность бизнеса	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	
GRI 103	**Подходы к управлению**			
103-1	Раскрываемые темы и их границы	Об отчете	Существенные темы	
103-2	Подход к управлению	Шаг 2. Расширили практики устойчивого развития	Стратегия устойчивого развития: приоритеты, цели и прогресс Управление устойчивым развитием В каждом из тематических разделов	Подход к управлению устойчивым развитием и существенными темами раскрыт в стратегическом блоке «Шаг 2. Расширили практики устойчивого развития». Подход к управлению каждой из существенных тем раскрыт в соответствующих тематических разделах. Соответствие специфических элементов раскрытия в рамках подходов к управлению существенными темами (GRI 303, GRI 305, GRI 410) представлено в настоящем Указателе в релевантных блоках.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
103-3	Оценка эффективности подходов к управлению	Шаг 2. Расширили практики устойчивого развития	Стратегия устойчивого развития: приоритеты, цели и прогресс Что нам удалось: результаты устойчивого развития в 2019 году Как это было: менеджеры по устойчивому развитию и взаимодействию с местными сообществами об итогах года	Оценка эффективности подходов к управлению устойчивым развитием в целом раскрыта в стратегическом блоке «Шаг 2. Расширили практики устойчивого развития». 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	Подраздел отчета	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	Шаг 10. У нас стало интереснее и комфортнее работать	Благополучие: сохраняем конкурентный уровень зарплат, льгот и компенсаций	
GRI 204	**Практики закупок**			
103	Подход к управлению	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора	

*Большая часть экономических показателей, включая прямые и непрямые эффекты воздействия на экономику, раскрываются в отдельном исследовании, которое готовится один раз в два года совместно с НИУ «Высшая школа экономики». «Отчет о вкладе Coca-Cola в России в экономику Российской Федерации в 2017–2018 годах» опубликован в 2019 году, следующее иссследование планируется к выпуску в 2021 году.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
204-1	Доля расходов на местных поставщиков	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора	Одним из ключевых показателей устойчивого развития для Coca-Cola в России является поддержание локального производства и планомерное увеличение доли закупок ингредиентов и материалов у местных поставщиков. Показатели по доле закупок ингредиентов и материалов у местных поставщиков по соответствующим категориям представлены в указанных разделах. Расходы на местных поставщиков учтены в отдельном исследовании «Вклад Coca-Cola в России в экономику Российской Федерации в 2017–2018 годах», данные за 2019–2020 годы планируются к публикации в 2021 году.
		Шаг 5. Увеличили долю закупок сельскохозяйственного сырья в соответствии с принципами устойчивого развития	Более половины сырья для сокового производства закупили в России	
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	
GRI 205	**Противодействие коррупции**			
103	Подход к управлению	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Деловая этика: усилили обучение антикоррупционной политике	
205-1	Общее количество и процент подразделений, в отношении которых проводились оценки рисков, связанных с коррупцией, и выявленные существенные риски	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Деловая этика: усилили обучение антикоррупционной политике	Оценка рисков, связанных с коррупцией, регулярно проводится во всех компаниях Coca-Cola в России. В Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» в 2019 году был пересмотрен подход к к оценке факторов, определяющих перечень сотрудников, которые входят в группу риска. в отчетном периоде в эту категорию попали 284 человека, 100% из них прошли углубленное обучение по антикоррупционной политике в 2019 году.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
205-2	Информирование о политиках и методах противодействия коррупции и обучение им	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Деловая этика: усилили обучение антикоррупционной политике	В Coca-Cola в России каждый сотрудник проходит антикоррупционный тренинг при приеме на работу и впоследствии повторяет этот тренинг раз в два года. 100% партнеров компаний Coca-Cola в России информируются об антикоррупционной политике при заключении договоров. В Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» также существуют специальные антикоррупционные тренинги для сотрудников «группы риска» (см. примечание к GRI 205-1). В 2019 году такие тренинги прошли 284 сотрудника, включая представителей высшего руководства обеих компаний, — это 100% данной категории в отчетном периоде.
205-3	Подтвержденные случаи коррупции и принятые меры	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Деловая этика: усилили обучение антикоррупционной политике	В отчетном периоде не было ни одного подтвержденного случая нарушения антикоррупционной политики.
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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечание и дополнительная информация	В отчетном периоде не было ни одного подобного случая.

Тематические элементы раскрытия: Экологические

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 301	**Материалы**			
103	Подход к управлению	Шаг 3. От раздельного сбора — к стране без отходов	Производственные отходы: снизили объем более чем на 300 тонн Вторичное сырье: последовательно увеличиваем долю использования переработанного пластика	Мы используем тематический стандарт GRI 301 «Материалы» (GRI 301-1 и GRI 301-2) в комплексе с тематическим стандартом 306 «Сбросы и отходы» (GRI 306-2 и GRI 306-3) для раскрытия информации по существенной теме «Управление отходами и их переработка». Дополнительная информация о подходе к управлению: – о глобальной стратегии «Мир без отходов» системы Coca-Cola; – о политике Coca-Cola HBC AG по снижению экологического следа в рамках соблюдения Глобального договора ООН.
301-1	Использованные материалы	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	Раскрываем вид и вес всех материалов, используемых для упаковки продукции.
301-2	Использование переработанных материалов	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
		Шаг 3. От раздельного сбора — к стране без отходов	Вторичное сырье: последовательно увеличиваем долю использования переработанного пластика	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 302	**Энергия**			
103	Подход к управлению	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Потребляем меньше энергии Используем меньше моторного топлива Поставили еще больше экологически безопасных холодильников	Сокращение энергопотребления и использование энергоэффективного холодильного оборудования — неотъемлемая часть существенной темы Coca-Cola в России «Борьба с изменением климата: сокращение выбросов парниковых газов и потребления энергии».
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
302-1	Энергопотребление внутри организации	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Потребляем меньше энергии Используем меньше моторного топлива	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
302-2	Энергопотребление вне организации	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
302-3	Энергоемкость	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
302-4	Сокращение энергопотребления	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Потребляем меньше энергии Используем меньше моторного топлива Поставили еще больше экологически безопасных холодильников	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
302-5	Инициативы по снижению потребностей в энергии при производстве продуктов и услуг	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Потребляем меньше энергии Используем меньше моторного топлива Поставили еще больше экологически безопасных холодильников	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
GRI 303 (2018)	**Водные ресурсы**			
103	Подход к управлению	Шаг 9. Сберегли еще больше воды		
303-1	Вода как разделяемый ресурс	Шаг 9. Сберегли еще больше воды		Дополнительная информация о подходе к водопользованию в соответствии с Глобальным договором ООН: - Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG; - The Coca-Cola Company.
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
303-3	Забор воды	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
303-4	Сброс воды	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
303-5	Водопотребление	Шаг 9. Сберегли еще больше воды	Снизили удельное водопотребление	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
GRI 303 (2016) 303-3	Общий объем и доля повторно и многократно использованной воды	Шаг 9. Сберегли еще больше воды	Внедрили инновации для повторного использования воды	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Завод Coca-Cola HBC Россия во Владивостоке расположен в границах водоохранной зоны ручья 5-й Ключ. Общая площадь территории завода — 25 613 м^2. 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	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 305	**Выбросы**			
103	Подход к управлению	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Снизили выбросы парниковых газов	Дополнительная информация о подходе к борьбе с изменением климата в соответствии с Глобальным договором ООН Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG, частью которой является Coca-Cola HBC Россия.
305-1	Прямые выбросы парниковых газов (область охвата 1)	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Снизили выбросы парниковых газов	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
305-2	Косвенные энергетические выбросы парниковых газов (область охвата 2)	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Снизили выбросы парниковых газов Потребляем меньше энергии	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
305-3	Другие косвенные выбросы парниковых газов (область охвата 3)	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
305-4	Интенсивность выбросов парниковых газов	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	На литр готовой продукции.
305-5	Сокращение выбросов парниковых газов	Шаг 8. Значительно уменьшили углеродный след	Снизили выбросы парниковых газов	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
305-6	Выбросы озоноразрушающих веществ (ОРВ)	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Дополнительные данные по охране окружающей среды	Выбросов ОРВ не производится.
305-7	Выбросы в атмосферу NO_X, SO_X и других значимых загрязняющих веществ	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
GRI 306 (2016)	**Сбросы и отходы**			
103	Подход к управлению	Шаг 3. От раздельного сбора — к стране без отходов		Мы используем тематический стандарт GRI 301 «Материалы» (GRI 301-1 и GRI 301-2) в комплексе с тематическим стандартом GRI 306 «Сбросы и отходы» (GRI 306-2 и GRI 306-3) для раскрытия информации по существенной теме «Управление отходами и их переработка» (в части управления отходами производства и использования переработанных материалов). Дополнительная информация о подходе к управлению в соответствии с глобальной стратегией системы Coca-Cola «Мир без отходов» и соблюдением Глобального договора ООН. Для раскрытия информации по сбросам воды руководящим для нас является тематический стандарт GRI 303 (2018). Дополнительная информация о подходе к водопользованию в соответствии с Глобальным договором ООН: – Coca-Cola Hellenic Bottling Company AG; – The Coca-Cola Company.
		Шаг 9. Сберегли еще больше воды		
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	
306-1	Общий объем сбросов с указанием качества сточных вод и принимающего объекта	Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
306-2	Общая масса отходов с разбивкой по типу и методам обращения	Шаг 3. От раздельного сбора — к стране без отходов	Производственные отходы: снизили объем более чем на 300 тонн	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
306-3	Существенные разливы вредных веществ	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	В отчетном периоде таких случаев не было.
306-4	Транспортировка опасных отходов	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Coca-Cola в России не занимается транспортировкой опасных отходов.
306-5	Водные объекты, испытывающие существенное влияние сбросов и/или стоков компании	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Дополнительные данные по охране окружающей среды	
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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	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.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 308	**Экологическая оценка поставщиков**			
103	Подход к управлению	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора	Подход к управлению также зафиксирован в Руководящих принципах для поставщиков (2019, Supplier Guiding Principles) и Руководящих принципах устойчивого развития для сельскохозяйственных поставщиков (Sustainable Agriculture Guiding Principles).
		Шаг 5. Увеличили долю закупок сельскохозяйственного сырья в соответствии с принципами устойчивого сельского хозяйства		
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	
308-1	Экологическая оценка новых поставщиков	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора	100% новых поставщиков ингредиентов и материалов Coca-Cola в России прошли оценку по экологическим критериям.
		Шаг 5. Увеличили долю закупок сельскохозяйственного сырья в соответствии с принципами устойчивого сельского хозяйства		
308-2	Негативное воздействие на окружающую среду по цепочке поставок и принятые меры	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Подобных случаев в отчетном периоде не выявлено.

Тематические элементы раскрытия: Социальные

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 401	**Занятость**			
103	Подход к управлению	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать		
401-1	Общее количество нанятых сотрудников и текучесть кадров	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать		
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по практикам ответственного работодателя	
401-2	Льготы, которые предоставляются сотрудникам, работающим на условиях полной занятости	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать	Благополучие: сохраняем конкурентный уровень зарплат, льгот и компенсаций	Все льготы, предоставляемые компаниями Coca-Cola в России, одинаково доступны всем штатным сотрудникам этих компаний.
GRI 402	**Отношения между сотрудниками и руководством**			
402-1	Минимальный период уведомления сотрудников в отношении существенных изменений в деятельности организации	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Минимальный период уведомления составляет 2 месяца во всех компаниях Coca-Cola в России (402-1a). Период уведомления закреплен в договорах, включая коллективные договоры (402-1b).

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 403 (2018)	**Здоровье и безопасность на рабочем месте**			
103	Подход к управлению	Шаг 11. Повысили стандарты безопасности и охраны труда		Мы руководствуемся требованиями российского законодательства, руководством The Coca-Cola Operating Requirements (KORE), а также международным стандартом ISO 45001 и внутренними нормативными документами.
403-1	Система управления охраной здоровья и безопасностью на рабочем месте	Шаг 11. Повысили стандарты безопасности и охраны труда	Безопасность на производстве: вдвое уменьшили число несчастных случаев	
403-4	Участие персонала в системе охраны здоровья и безопасности на рабочем месте, включая их информирование и коммуникацию		Транспортная безопасность: снизили аварийность на 34% Пожарная безопасность: проинструктировали более 5 000 сотрудников	
403-5	Обучение работников по охране труда и технике безопасности на рабочем месте		Безопасность партнеров: провели 963 аудита подрядчиков	
403-7	Предотвращение и смягчение воздействия на здоровье рабочего процесса			

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
403-8	Доля сотрудников и других работников, охваченных программами по охране труда и управлению безопасностью	Шаг 11. Повысили стандарты безопасности и охраны труда	Безопасность на производстве: вдвое уменьшили число несчастных случаев Транспортная безопасность: снизили аварийность на 34% Пожарная безопасность: проинструктировали более 5 000 сотрудников Безопасность партнеров: провели 963 аудита подрядчиков	100% сотрудников охвачены системой охраны труда и управления безопасностью компаний Coca-Cola в России. 100% сотрудников компаний Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» были охвачены системой внутренних аудитов в отчетном периоде. 42% сотрудников Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» (2 929 человек) были охвачены внешними аудитами (с привлечением третьей стороны).
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	
403-9	Производственные травмы	Шаг 11. Повысили стандарты безопасности и охраны труда	Безопасность на производстве: вдвое уменьшили число несчастных случаев Транспортная безопасность: снизили аварийность на 34% Пожарная безопасность: проинструктировали более 5 000 сотрудников Безопасность партнеров: провели 963 аудита подрядчиков	На отчетный период количество несчастных случаев на 100 полных рабочих дней в Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон» составляет 0,10. На отчетный период количество ДТП на 1 млн км в Coca-Cola HBC Россия составляет 2,54. За отчетный период зафиксировано 4 несчастных случая с участием подрядчиков. В отчетном периоде не зафиксировано ни одного несчастного случая со смертельным исходом.
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 404	**Обучение и развитие**			
103	Подход к управлению	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать	Обучение и развитие: усилили программы развития для будущих лидеров	
404-1	Среднее количество часов обучения на человека в год	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать	Обучение и развитие: усилили программы развития для будущих лидеров	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по практикам ответственного работодателя	
404-2	Программы развития навыков и программы адаптации при переводе на другую работу или завершении карьеры	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать	Обучение и развитие: усилили программы развития для будущих лидеров	404-2b — нет данных.
GRI 405	**Разнообразие и равные возможности**			
405-1	Состав руководящих органов и персонала в целом с разбивкой по полу и возрасту	Шаг 10. У нас стало еще интереснее и комфортнее работать	Гендерное равенство: ищем баланс	
		Соответствие отчета Руководству GRI Standards и дополнительные данные	Дополнительные данные по практикам ответственного работодателя	
GRI 406	**Отсутствие дискриминации**			
406-1	Отсутствие дискриминации на рабочем месте	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	В отчетном периоде случаев дискриминации не выявлено.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	В отчетном периоде в компаниях Coca-Cola в России и у действующих поставщиков таких случаев не выявлено.
GRI 409	**Принудительный или обязательный труд**			
409-1	Выявленные подразделения и поставщики, в отношении которых имеется существенный риск использования принудительного или обязательного труда	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	В отчетном периоде в компаниях Coca-Cola в России и у действующих поставщиков таких случаев не выявлено.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 411	**Права коренных народов**			
411-1	Выявленные случаи нарушения прав коренных малочисленных народов	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	Coca-Cola в России не ведет хозяйственную деятельность на территории проживания коренных малочисленных народов. в отчетном периоде случаев нарушения прав коренных малочисленных народов в границах деятельности и по цепочке поставок Coca-Cola в России не выявлено.
GRI 414	**Оценка поставщиков по социальным критериям**			
103	Подход к управлению	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора	Подход к управлению также зафиксирован в Руководящих принципах для поставщиков (2019, Supplier Guiding Principles) и Руководящих принципах устойчивого развития для сельскохозяйственных поставщиков (Sustainable Agriculture Guiding Principles).
		Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	
414-1	Оценка новых поставщиков по социальным критериям	Шаг 4. Сделали правила деловой этики еще более четкими и понятными	Устойчивость на уровне поставщиков: усовершенствовали процессы отбора	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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительная информация	При оценке поставщиков Coca-Cola в России, негативных социальных последствий в цепочке поставок не выявлено.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 416	**Здоровье и безопасность потребителя**			
103	Подход к управлению	Шаг 7. Ответственное потребление: меньше сахара, больше прозрачности	Снизили количество сахара в напитках и уменьшили объем упаковки Выпустили больше новых напитков со сниженным содержанием сахара «Светофорная» маркировка: следить за рационом стало еще легче	
		Шаг 6. Вошли в число стран-лидеров по качеству продукции	Стали одними из лучших по индексу культуры качества и пищевой безопасности Аудиты поставщиков: усовершенствовали процессы отбора Обращения и жалобы: усилили систему проверки	
416-1	Оценка воздействия продуктов на здоровье и безопасность	Шаг 7. Ответственное потребление: меньше сахара, больше прозрачности	Снизили количество сахара в напитках и уменьшили объем упаковки Выпустили больше новых напитков со сниженным содержанием сахара «Светофорная» маркировка: следить за рационом стало еще легче	В данном элементе раскрытия мы говорим об инициативах по поддержке рационального потребления.
416-2	Случаи несоблюдения требований в отношении воздействия продуктов	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительные данные	В отчетном периоде таких случаев не выявлено.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	Примечания и дополнительная информация
GRI 417	**Маркетинг и упаковка**			
103	Подход к управлению	Шаг 7. Ответственное потребление: меньше сахара, больше прозрачности	Снизили количество сахара в напитках и уменьшили объем упаковки Выпустили больше новых напитков со сниженным содержанием сахара «Светофорная» маркировка: следить за рационом стало еще легче	
417-1	Информация на упаковке	Шаг 7. Ответственное потребление: меньше сахара, больше прозрачности	«Светофорная» маркировка: следить за рационом стало еще легче	
417-2	Случаи несоблюдения требований в отношении информации о продуктах, размещенной на упаковке	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительные данные	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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительные данные	В отчетном периоде случаев несоответствия маркетинговых коммуникаций действительной информации о продукции не выявлено.

Показатель	Название показателя	Раздел отчета	Подраздел отчета	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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительные данные	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	Указатель соответствия элементов отчетности Руководству GRI Standards	Примечания и дополнительные данные	В отчетном периоде отсутствовали существенные штрафы, наложенные за несоблюдение законодательства и нормативных требований в социальной и экономической областях.

2. Дополнительные данные по охране окружающей среды*
(GRI 301, 302, 303, 305, 306)

GRI 301. МАТЕРИАЛЫ	GRI	2019
УПАКОВКА	**301-1**	**тонн**
ПЭТ-бутылки		44 376
Пластик (крышки)		5 930
Металл (крышки)		144
PE (этикетки и термоусадочная пленка)		1 650
Стеклянные бутылки		14 565
Алюминиевые банки		6 117
Бумага (этикетки)		133
Упаковка из композитных материалов (Tetra Pak и др.)		19 072
Картон		16 668
Дерево (паллеты)		12 055
Всего материалов, пригодных к переработке/повторному использованию	**301-1**	19 567
Всего материалов, непригодных к переработке/повторному использованию	**301-1**	101 143
Доля использованных переработанных материалов	**301-2**	**19%****

***средний процент*

* Данные в настоящем разделе охватывают Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон».

GRI 302. ЭНЕРГИЯ		2019		2018	
	GRI	млн МДж	МДж/л готовой продукции	млн МДж	МДж/л готовой продукции
Энергопотребление внутри организации (заводы, собственный автопарк, склады и непроизводственные подразделения)	**302-1**	**1678,52***	**0,74**	**1846,07**	**0,80**
Потребление углеводородного топлива на заводах		621,04	0,272	624,00	0,273
Легкое углеводородное топливо		16,23	0,0071	2,41	0,0010
Тяжелое углеводородное топливо		0		15,30	0,0066
Природный газ		560,56	0,25	559,04	0,2420
Сжиженный углеводородный газ		44,24	0,02	47,25	0,0205
Автомобильное топливо, собственный автопарк		415,65	0,18	512,38	0,2218
Энергпотребление — склады и непроизводственные подразделения		114,90	0,05	153,25	0,07
Электричество из невозобновляемых источников		22,98	0,01	45,88	0,02
Тепловая энергия (отопление)		10,49	0,005	27,98	0,012
Легкое углеводородное топливо		81,43	0,036	79,38	0,034
Потребление электричества (на производствах)		503,05	0,22	530,18	0,23
Электричество из невозобновляемых источников		503,05	0,22	530,18	0,23
Тепловая энергия (отопление)		22,79	0,01	24,11	0,01
Пар		0		0	

* Здесь и далее — без учета округления.

GRI 302. ЭНЕРГИЯ		2019		2018	
	GRI	млн МДж	МДж/л готовой продукции	млн МДж	МДж/л готовой продукции
Тепловая энергия из возобновляемых источников		1,09	0,00048	2,149	0,00093
Произведенная биогенная энергия		1,09	0,00048	2,149	0,00093
Использованная биогенная энергия		1,09	0,00048	2,149	0,00093
Энергопотребление вне организации	**302-2**	**3577,68**		**3781,68**	
Электричество, потребленное торговым холодильным оборудованием		3018,50		3213,79	
Потребление топлива, авиаперелеты		Нет данных		Нет данных	
Потребление топлива автотранспортом подрядчиков		559,18		567,89	
Энергоемкость заводов Coca-Cola в России, включая электричество, органическое топливо, отопление	**302-3**	**1147,97**	**0,50**	**1180,44**	**0,51**
Сокращение энергопотребления на заводах Coca-Cola в России	**302-4**	**32,48**		**17,70**	
Общее количество сэкономленной энергии за счет использования энергоэффективного холодильного оборудования i-Cooler/EMD		**1428,64**		**1252,07**	

GRI 303 (2018). ВОДА* Доп. GRI 306 СБРОСЫ и ОТХОДЫ (306-5)		2019		2018	
	GRI	млн литров	л/л готовой продукции	млн литров	л/л готовой продукции
Водопотребление в разбивке по источникам водозабора	**303-3**	**4179,96**	**1,83**	**4275,35**	**1,85**
Вода из муниципальных источников		2492,89		2494,92	
Вода из скважины		1687,07		1780,43	
Вода из поверхностных источников		0		0	
Дождевая вода		0		0	
Всего, забор свежей воды (⩽1 мг/л общая минерализация)		3928,65		4275,35	
Всего, другое (>1 мг/л общая минерализация)		251,31		0	
Повторно используемая вода		377		389	
Доля повторно использованной воды от общего водопотребления, %		9,01%		9,07%	
Водные объекты, на которые оказывает существенное влияние водозабор организации	**306-5**	**Нет**		**Нет**	
Отведение сточных вод, всего	**303-4**	**2048,01**		**1915,22**	
Поверхностные источники, водоемы		257,15		239,79	
Подземные источники, грунтовые воды		0		0	
Морские водоемы		0		0	
Коммунальная канализация		1790,86		1675,43	

* Данные охватывают заводы Coca-Cola в России (Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон»).

GRI 305. ВЫБРОСЫ		2019		2018	
	GRI	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**	**67 882**	**29,73**	**81 014**	**35,07**
CO_2 в результате энергопотребления заводов (область охвата 1)	305-1	31 992	14,01	32 239	13,96
CO_2, собственный автопарк	305-1	28 592	12,52	35 249	15,26
Выбросы хладагентов из торгового холодильного оборудования (CO_2-экв.)	305-1	2 010	0,88	2 341	1,01
Потери CO_2 в результате карбонизации продукции	305-1	4 666	2,04	5 610	2,43
CO_2 в результате энергопотребления, склады и непроизводственные подразделения (область охвата 1)	305-1	622	0,27	5 575	2,41
Косвенные энергетические выбросы парниковых газов (область охвата 2*)	**305-2**	**50 432**	**22,09**	**58 520**	**25,33**
CO_2 в результате потребления электроэнергии заводами (область охвата 2)	305-2	48 978	21,45	52 723	22,82
CO_2 в результате потребления тепла и холода (область охвата 2)	305-2	1 166	0,51	1 234	0,53
CO_2 в результате потребления электроэнергии — склады и непроизводственные подразделения (область охвата 2)	305-2	288	0,13	4 563	1,98
Выбросы парниковых газов, всего (область охвата 1 и 2)		**118 314**	**51,82**	**139 535**	**60,40**
Выбросы парниковых газов в результате операционной деятельности заводов, по области охвата 1 и 2		86 803	38,02	91 807	39,74

*Здесь и далее в областях охвата 2 и 3 использован рыночный принцип (market-based).

GRI 305. ВЫБРОСЫ		2019		2018	
	GRI	тонн CO_2-экв.	г CO_2-экв./л	тонн CO_2-экв.	г CO_2-экв./л
Другие непрямые выбросы парниковых газов (область охвата 3)	**305-3**	**891 215**	**390,33**	**959 739**	**415,47**
CO_2 в результате использования электричества торговым холодильным оборудованием (область охвата 3)		293 884	128,71	319 594	138,35
CO_2 в упаковке (Cradle-to-Gate)		229 324	100,44	260 460	112,75
CO_2 в сахаре и соковых концентратах (область охвата 3)		306 566	134,27	324 525	140,49
CO_2 в результате использования транспорта третьих лиц		44 552	17,67	40 967	17,73
CO_2 в результате потребления электроэнергии — аутсорсинговые услуги		1 950		Нет данных	
CO_2 в результате перелетов		Нет данных		Нет данных	
CO_2 от карбонизации продукции (область охвата 3)		14 939	6,54	14 194	6,14
Интенсивность выбросов парниковых газов (область охвата 1, 2 и 3)	**305-4**	**1 009 530**	**442,15**	**1 099 274**	**475,88**
Сокращение выбросов парниковых газов в результате программ по снижению углеродного следа	**305-5**	**139 094**		**124 512**	
Выбросы озоноразрушающих веществ *ХФУ и ГХФУ*	305-6	0		0	
Другие существенные выбросы в атмосферу *NO_X, SO_2, твердые частицы*	305-7	Нет данных		Нет данных	

GRI 306 СБРОСЫ и ОТХОДЫ (306-2, 306-3, 306-4)		2019		2018	
	GRI	Тонн	г/л готовой продукции	Тонн	г/л готовой продукции
Всего отходов (опасные и неопасные)	**306-2**	**13 194,20**	**5,78**	**13 513,79**	**5,85**
Количество неопасных отходов, направленных на переработку	306-2	7 836,03	3,43	8 366,62	3,62
Количество повторно использованных неопасных отходов	306-2	3 725,96	1,63	3 104,42	1,34
Количество неопасных отходов, направленных на сжигание без извлечения энергии	306-2	0		0	
Количество неопасных отходов, направленных на сжигание с извлечением энергии	306-2	58,49	0,03	57,62	0,02
Количество отходов, направленных на компостирование	306-2	0		0	
Количество неопасных отходов, направленных на размещение на полигон	306-2	1 453,42	0,64	1 868,23	0,81
Количество неопасных отходов, направленных на переработку и утилизацию с извлечением энергии	306-2	11 620,48	5,09	11 528,66	4,99
Доля отходов, направленных на переработку и утилизацию с извлечением энергии (%)			88,07%		85,31%
Опасные отходы	306-2	120,30	0,053	116,90	0,051
Опасные отходы, направленные на переработку	306-2	119,43		116,90	
Опасные отходы, направленные на обезвреживание и утилизизацию	306-2	0,88		0	
Проливы химических веществ, топлива	306-3	0		0	
Транспортировка опасных отходов	306-4	Coca-Cola в России не занимается транспортировкой опасных отходов			

3. Дополнительные данные по практикам ответственного работодателя (GRI 102-8, 202, 401, 404, 405)

Таб. 3.1. Количество сотрудников в разбивке по полу

	Женщины	Мужчины	Всего, чел.
Coca-Cola HBC Россия	2 094	4 345	6 439
АО «Мултон»	340	338	678
ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	71	21	92
Coca-Cola в России	**2 505**	**4 704**	**7 209**

Таб. 3.2 Дополнительные элементы раскрытия информации об отношениях организации и сотрудников

GRI	Показатель	Coca-Cola в России	Coca-Cola HBC Россия	АО «Мултон»	ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»
GRI 102-8	**Информация о сотрудниках и других работниках**				
102-8 a,b,c	Общее количество сотрудников	**7 209**	6 439	678	92
	Штатных сотрудников	**7 209**	6 439	678	92
	Постоянных сотрудников	**7 072**	6 312	671	89
	Сотрудников на условиях полной занятости	**7 180**	6 410	678 (100%)	92 (100%)
	Сотрудников на условиях частичной занятости	**29**	29	0	0
	В разбивке по категориям, типу занятости, типу договора и полу	**Таб. 3.3 и 3.4**	Таб. 3.3 и 3.4	Таб. 3.3 и 3.4	Таб. 3.3 и 3.4
102-8d	Привлечение других работников (не сотрудников) на значительную часть деятельности компании	**Нет**	Нет	Нет	Нет
102-8e	Значительные сезонные колебания в численности сотрудников	**Нет**	Нет	Нет	Нет
	Показатель вовлеченности		94%	94%	Исследования в отчетном периоде не проводили

GRI	Показатель	Coca-Cola в России	Coca-Cola HBC Россия	АО «Мултон»	ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»
GRI 401	**Занятость**				
401-1	Новых сотрудников	**1 126**	1 025	77	24
	В разбивке по категориям и возрасту	**Таб. 3.5**	Таб. 3.5	Таб. 3.5	Таб. 3.5
401-2	Текучесть кадров*		15,97%	10,3%	11,9%
GRI 404	**Обучение и развитие**				
404-1	Среднее количество часов обучения на человека в год	**26,4****	26,9	21,6	н/д
	В разбивке по полу и категориям сотрудников		Таб. 3.6	Таб. 3.6	н/д
GRI 405	**Равенство возможностей**				
405-1	Доля женщин в высшем руководстве	**42%**	39%	59%	57%
	В разбивке по полу и возрасту	-	Таб. 3.7	Таб. 3.7	Таб. 3.7

*Информация о текучести кадров по полу, регионам и возрасту — н/д.

**Для Coca-Cola HBC Россия и АО «Мултон».

Таб. 3.3 GRI 102-8а, 102-8б. Все сотрудники в разбивке по полу, типу договора о найме и региону

Coca-Cola HBC-Россия	2019	
	Постоянный договор	**Временный договор**
По полу:		
Мужчины	4 252	93
Женщины	2 060	34
По региону:		
Центральный офис	1 532	21
Центральный регион	803	6
Московский регион	1 219	11
Сибирь и Дальний Восток	880	21
Южный регион	980	46
Северо-Западный регион	473	15
Уральский регион	425	7
Всего	**6 312**	**127**

АО «Мултон»	2019	
	Постоянный договор	**Временный договор**
По полу:		
Мужчины	335	3
Женщины	336	4
По региону:		
Московский регион	658	7
Северо-Западный регион	13	0
Всего	**671**	**7**

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг *	2019	
	Постоянный договор	**Временный договор**
Мужчины	19	2
Женщины	70	1
Всего	**89**	**3**

* В «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» сотрудники работают в одном регионе — Московском.

Coca-Cola в России	2019	
	Постоянный договор	**Временный договор**
Мужчины	4 606	98
Женщины	2 466	39
Всего	**7 072**	**137**

Таб. 3.4 GRI 102-8c Все сотрудники в разбивке по типу занятости и полу

Coca-Cola HBC Россия	2019	
	Полная	**Частичная**
Мужчины	4 333	12
Женщины	2 077	17
Всего	**6 410**	**29**

АО «Мултон»	2019	
	Полная	**Частичная**
Мужчины	338	0
Женщины	340	0
Всего	**678**	**0**

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	2019	
	Полная	**Частичная**
Мужчины	21	0
Женщины	71	0
Всего	**92**	**0**

Coca-Cola в России	2019	
	Полная	**Частичная**
Мужчины	4 742	12
Женщины	2 438	17
Всего	**7 180**	**29**

Таб. 3.5 401-1 Сотрудники, нанятые в отчетном периоде, в разбивке по возрасту, полу и региону

Coca-Cola HBC Россия	2019	
	Количество новых сотрудников	**% от общего количества новых сотрудников**
По полу:		
Мужчины	584	57%
Женщины	441	43%
По возрасту:		
до 30 лет	591	58%
30–50 лет	421	41%
старше 50 лет	13	1%
По региону:		
Центральный офис	339	33%
Центральный регион	124	12%
Московский регион	150	15%
Сибирь и Дальний Восток	129	12%
Южный регион	156	15%
Северо-Западный регион	58	6%
Уральский регион	69	7%
Всего	**1 025**	

АО «Мултон»	2019	
	Количество новых сотрудников	**% от общего количества новых сотрудников**
По полу:		
Мужчины	31	40%
Женщины	46	60%
По возрасту:		
до 30 лет	42	55%
30–50 лет	34	44%
старше 50 лет	1	1%
По региону:		
Московский регион	75	97%
Северо-Западный регион	2	3%
Всего	**77**	

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	2019	
	Количество новых сотрудников	**% от общего количества новых сотрудников**
По полу:		
Мужчины	9	37,5%
Женщины	15	62,5%
По возрасту:		
до 30 лет	0	0%
30–50 лет	24	100%
старше 50 лет	0	0%
По региону:		
Московский регион	24	100%
Всего	**24**	

Coca-Cola в России	2019	
	Количество новых сотрудников	**% от общего количества новых сотрудников**
По полу:		
Мужчины	624	55%
Женщины	502	45%
По возрасту:		
до 30 лет	633	56%
30–50 лет	479	43%
старше 50 лет	14	1%
Всего	**1 126**	

Таб. 3.6 GRI 404-1. Среднее количество часов обучения на человека в разбивке по полу и категориям сотрудников*

Coca-Cola HBC Россия	2019
	Среднее количество часов обучения
По полу:	
Мужчины	31,06
Женщины	17,17
По категориям:	
Высшее руководство	60
Среднее руководство	70
Специалисты	22
Рабочие	20
Всего среднее количество часов на 1 сотрудника	**26,9**

* В ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг» учет не ведется.

АО «Мултон»	2019
	Среднее количество часов обучения
По полу:	
Мужчины	22,7
Женщины	20,6
По категориям:	
Высшее руководство	38,9
Среднее руководство	
Специалисты	19
Рабочие	
Всего среднее количество часов на 1 сотрудника	**21,6**

Таб. 3.7. GRI 405-1. Разбивка сотрудников по категориям, полу и возрасту

Coca-Cola HBC Россия	Высшее руководство (6%*)	Среднее руководство (7%*)	Специалисты (56%*)	Рабочие (31%*)
По полу:				
Мужчины	61%	60%	61%	81%
Женщины	39%	30%	39%	19%
По возрастной группе:				
до 30 лет	8%	23,5%	42%	22%
30–50 лет	87%	72,5%	55%	61%
старше 50 лет	5%	4%	3%	17%

АО «Мултон»	Высшее руководство (9%*)	Среднее руководство (4%*)	Специалисты (26%*)	Рабочие (61%*)
По полу:				
Мужчины	41%	37%	47%	53%
Женщины	59%	63%	53%	47%
По возрастной группе:				
до 30 лет	9%	30%	17%	14,5%
30–50 лет	86%	59%	63%	56,5%
старше 50 лет	5%	11%	20%	29%

* От общего количества сотрудников.

ООО «Кока-Кола Софт Дринк Консалтинг»	Высшее руководство (8%*)	Среднее руководство (74%*)	Специалисты (18%*)
По полу:			
Мужчины	43%	28%	0%
Женщины	57%	72%	100%
По возрастной группе:			
до 30 лет	0%	13%	35%
30–50 лет	100%	82,5%	65%
старше 50 лет	0%	4,5%	0

* От общего количества сотрудников.

Coca-Cola в России

2019