

Siamo di casa

Rapporto di
Sostenibilità
2019

16° edizione



Coca-Cola HBC
Italia

**Con orgoglio siamo giunti
alla sedicesima edizione del
Rapporto di Sostenibilità
di Coca-Cola HBC Italia, lo
strumento con cui annualmente
raccontiamo l'impegno
quotidiano rivolto a tutti i nostri
stakeholder.**

In questa fase storica, la sostenibilità - intesa nel senso più ampio - è più che mai una chiave di rilancio e trasformazione.

La nostra presenza sul territorio, grazie agli stabilimenti produttivi, uffici e forza vendita, ci consente di cogliere e stimolare nuove opportunità di crescita. Crescita che vede nelle nostre persone il suo fondamento, e che ci sentiamo in dovere di condividere con le comunità in cui operiamo. In Italia siamo e ci sentiamo di casa, da oltre 90 anni.

Vitaliy Novikov

General Manager
Coca-Cola HBC Italia





Benvenuti a casa nostra

La sostenibilità è parte integrante della nostra cultura e si riflette in ogni aspetto legato al business e al “vivere l’azienda”.

Siamo consapevoli del ruolo che interpretiamo nell’economia del Paese. Ci siamo proposti di essere leader e punto di riferimento non solo per l’intero settore, ma per tutta la filiera. I nostri impegni raccolgono le sfide poste dagli Obiettivi dell’Agenda 2030 delle Nazioni Unite che abbiamo scelto di declinare nella Missione Sostenibilità 2025 e che rappresentiamo all’interno della sedicesima edizione del Rapporto di Sostenibilità.





Identità e mercato

La scala della crescita

Siamo il produttore e distributore di prodotti a marchio The Coca-Cola Company per l'Italia, Sicilia esclusa.

Presenti sul territorio con **1.867 dipendenti** dislocati in **5 stabilimenti e negli uffici**, siamo responsabili del product merchandising, delle relazioni con i clienti, delle promozioni, delle attività di CSR e delle relazioni pubbliche ed istituzionali.

I NOSTRI STABILIMENTI



* I dati esposti nel presente documento non comprendono quelli relativi alla società Acque Minerali S.r.l. che detiene il brand "Lurisia" e lo stabilimento di Roccaforte di Mondovi (CN), oggetto di acquisizione nel dicembre 2019.

Siamo sempre più un 24/7 Total Beverage Partner

Grazie all'implementazione di processi di innovazione continua, abbiamo intrapreso il cammino che oggi ci identifica come un **24/7 Total Beverage Partner**, capace di offrire una gamma di prodotti adatti a tutti i gusti, a tutti gli stili di vita e ad ogni occasione di consumo.



Lurisia Un ingresso "storico" nella famiglia Coca-Cola

A fine 2019 entra in famiglia Acque Minerali s.r.l, l'azienda produttrice e distributrice di acque minerali e bibite, che detiene i brand Lurisia e lo stabilimento di imbottigliamento di Roccaforte Mondovì (CN). L'acquisizione è coerente con la strategia di diversificazione dell'offerta per ampliare sempre di più la scelta, in linea sia con la strategia 24/7 Total Beverage, sia con il trend di crescita nel settore delle bevande artigianali e del segmento premium.



VISION

Vogliamo essere il punto di riferimento del settore beverage e guidare la crescita, in modo sostenibile, in tutte le categorie in cui siamo presenti.

I NOSTRI VALORI



**ESSERE
ECCELLENTI**



**AGIRE CON
INTEGRITÀ**



**VINCERE INSIEME
AI CLIENTI**



**PRENDERSI CURA
DELLA CRESCITA DELLE
NOSTRE PERSONE**



APPRENDERE



**AGIRE COME
UN' UNICA SQUADRA**



L'impegno per l'ambiente

Il giardino planetario

Da tempo abbiamo intrapreso un percorso che ci vede impegnati nel trovare soluzioni che riducano il nostro impatto sull'ambiente, innovando in ogni fase del ciclo di vita dell'imbballaggio, riducendo sensibilmente i consumi energetici e le emissioni di CO₂ e gestendo in modo responsabile l'acqua.

100%

di energia elettrica acquistata dalla rete in Italia nel 2019 proviene da fonti rinnovabili

60%

di frigovetrine ecofriendly, che permettono di ridurre di più del 50% il consumo di elettricità

Abbiamo scelto di essere promotori della transizione verso un'economia circolare per contribuire ad una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, a beneficio sia dell'ambiente sia dell'economia.

Tutti i nostri packaging sono riciclabili al

100%

-20%

di PET nelle nostre bottiglie in 10 anni

Anche in fase di approvvigionamento abbiamo scelto di prediligere ingredienti di origine agricola coltivati nel rispetto dei principi dell'agricoltura sostenibile.





Le persone al centro

La bottega del fare

Le persone sono la chiave del successo e dell'innovazione della nostra azienda, per questo ci impegniamo ad offrire loro un ambiente di lavoro inclusivo, stimolante e sicuro. La formazione, lo sviluppo delle competenze e la motivazione sono elementi fondamentali di questo percorso, che assumono un valore strategico nella crescita e nella competitività dell'azienda.

5 giorni

al mese in cui è possibile lavorare da casa grazie al remote working (dal 2017)

45.000

ore di formazione erogate nel 2019

La condivisione è un valore portante per la nostra azienda. Per questo abbiamo lavorato su processi e strumenti per valorizzare l'importanza del feedback tra le nostre persone.



Nasce P4G

Nel 2019 abbiamo lanciato Performance for Growth, per trasformare il modo in cui una persona impara e cresce all'interno dell'azienda.



Vicini alle nostre comunità

La sala di ritrovo

Siamo convinti che la nostra quasi centenaria presenza sul territorio italiano comporti una chiara responsabilità nei confronti del Paese e delle comunità in cui operiamo. Nei territori in cui sorgono i nostri stabilimenti generiamo un impatto sociale ed economico a beneficio delle comunità locali in termini di occupazione ma anche di politiche di investimento mirate a creare valore condiviso.



26.500

ragazzi coinvolti nel programma **#YouthEmpowered** in percorsi di orientamento utili all'ingresso nel mondo del lavoro.

INCLUSIONE E VALORIZZAZIONE DELLE DIVERSITÀ

In linea con le nostre politiche aziendali, per il secondo anno consecutivo abbiamo sostenuto Milano Pride con la campagna dedicata all'amore inclusivo **#LoveUNITES**. Inoltre, 40 colleghi hanno dedicato più di 70 ore di volontariato in una raccolta fondi il cui ricavato è stato devoluto a un progetto di sensibilizzazione contro il bullismo nelle scuole.



VOLONTARIATO AZIENDALE

A proposito di volontariato, abbiamo incoraggiato i nostri dipendenti alla partecipazione attiva e concreta ai progetti che organizziamo durante l'attività lavorativa regolarmente retribuita. Nel 2019 sono state 600 le ore dedicate al volontariato.