

IL NOSTRO MESSAGGIO

PER IL

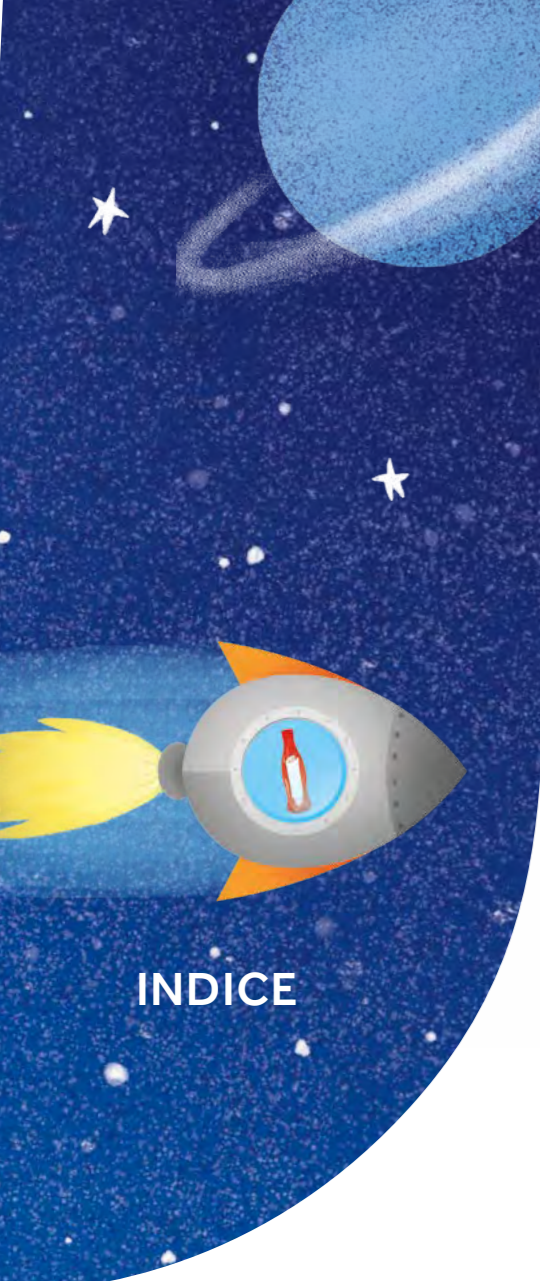
FUTURO



**RAPPORTO
DI SOSTENIBILITÀ 2020**
17ª edizione



Coca-Cola HBC
Italia



INDICE



IDENTITÀ

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL DOMANI 6

PROFILO, NUMERI, VALORI DI COCA-COLA HBC ITALIA 8

TUTTI I NOSTRI PRODOTTI 14

VERSO UN BUSINESS SOSTENIBILE: DALL'ASCOLTO ALLA STRATEGIA 18

PER UNA MIGLIORE GESTIONE DEI RISCHI 21



AMBIENTE

IL PIANETA A IMPATTO ZERO 24

IL NOSTRO IMPEGNO NELLA CATENA DEL VALORE 26

PER UN APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE 28

TRASFORMAZIONE E INNOVAZIONE 31

IMBOTTIGLIARE E RICICLARE 35

DALLA FABBRICA... AL CONSUMATORE 41



LAVORO

SPAZIO ALLE NOSTRE PERSONE 46

LE PERSONE, IL NOSTRO MOTORE 48

IL COINVOLGIMENTO E IL BENESSERE DEI DIPENDENTI COME ELEMENTO INCLUSIVO 52

LA CONDIVISIONE DI CONOSCENZE E COMPETENZE 55

DIRITTI UMANI E INCLUSIONE 55

PRIORITÀ: SALUTE E SICUREZZA 57



COMUNITÀ

MISSIONE TERRITORIO 60

OLTRE IL CONSUMATORE 62

INSIEME, NELLE COMUNITÀ 64

IN PRIMA LINEA PER L'INCLUSIONE 66

IL NOSTRO IMPEGNO PER FRONTEGGIARE L'EMERGENZA COVID-19 68

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

APPENDICE 70

Nota Metodologica 71

Il sistema di governo 72

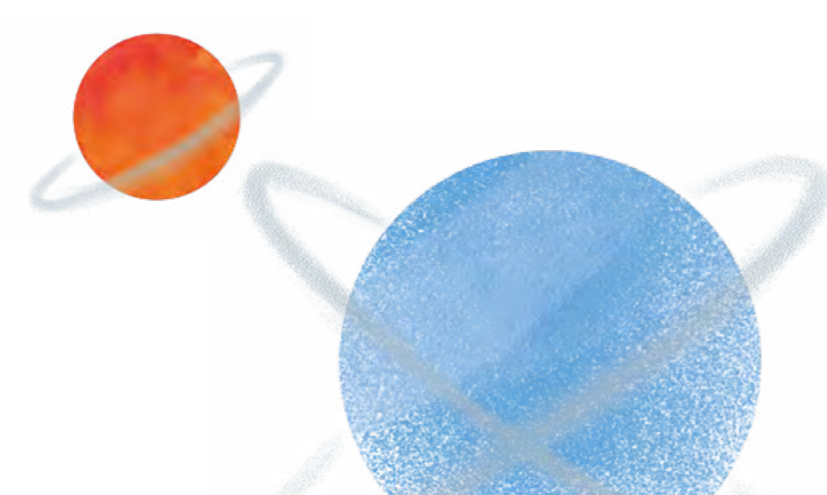
Gli strumenti che regolano la condotta aziendale 72

I temi materiali per CCHBCI e il collegamento agli standard GRI 75

Dati analitici 76

Indice dei contenuti GRI 83

Relazione della società di revisione 98





Cara lettrice, caro lettore,

la sostenibilità, intesa nel suo senso più ampio di sostenibilità economica, sociale e ambientale, si configura oggi più che mai come leva strategica per far fronte e governare le sfide del mondo post-Covid. Da molti anni rappresenta un elemento cardine dell'identità di Coca-Cola HBC Italia e ne permea la strategia di crescita.

L'innovazione guida il percorso: ieri un valore aggiunto, oggi un asset indispensabile che ci ha consentito di adattarci alle evoluzioni di scenario, garantendo la continuità delle attività nella piena tutela della salute delle persone, e di anticipare i trend del settore, per rimanere sempre al fianco dei nostri clienti e soddisfare le esigenze dei consumatori. Ma non solo, rappresenta l'impegno costante nel ridurre l'impronta delle attività sull'ambiente, dall'approvvigionamento sostenibile alla logistica, dalla gestione responsabile dell'acqua ad un corretto e sostenibile utilizzo di materiali, in ogni fase del ciclo di vita.

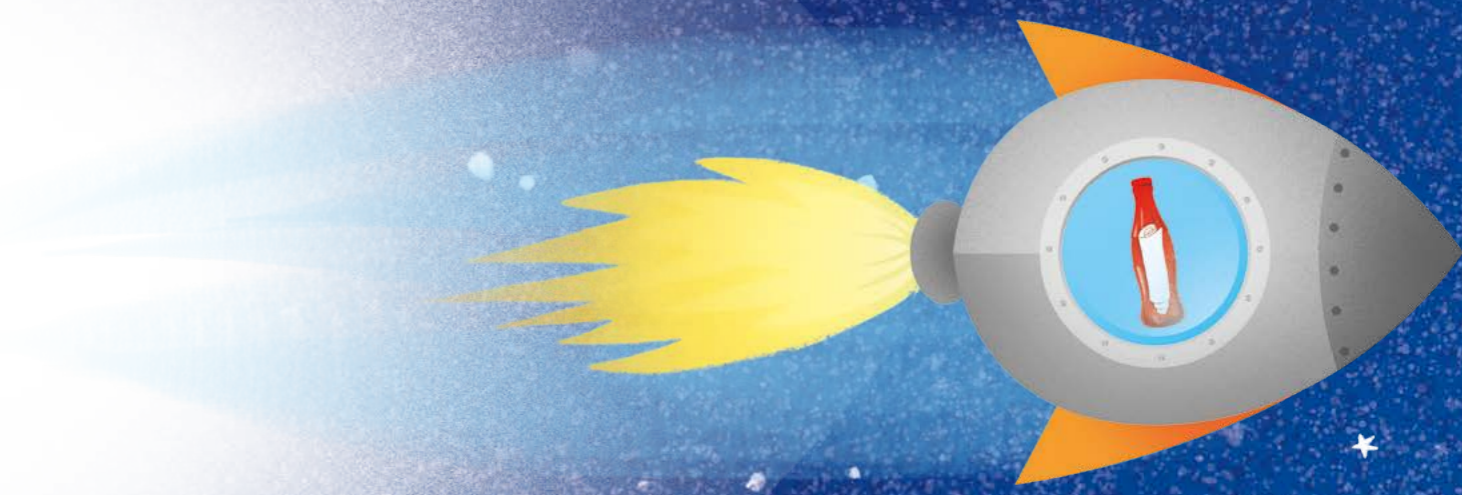
La bottiglia è la testimonianza di questo lungo viaggio e il nostro messaggio per il futuro: da icona di un modello di consumo riconosciuto su scala globale a simbolo di progresso e responsabilità. Siamo leader di cambiamento, ma allo stesso tempo cittadini delle comunità in cui operiamo: con loro e con tutta la filiera condividiamo valore e valori per una crescita compartecipata e sostenibile.

Anche quest'anno, per la diciassettesima volta, abbiamo scelto di condividere attraverso il Rapporto di Sostenibilità il nostro messaggio per il futuro. Non un semplice racconto, ma un invito rivolto a tutti i nostri stakeholder a proseguire fianco a fianco in questo nuovo cammino.

Vi auguriamo una buona lettura,

FRANK O'DONNELL
General Manager

Frank O'Donnell





IDENTITÀ

IL NOSTRO IMPEGNO PER IL DOMANI



IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

Siamo presenti in Italia con
1.874 dipendenti nei nostri
5 stabilimenti e la **sede centrale**

Sostenibilità e innovazione,
sono le leve strategiche per la nostra crescita

Siamo un **24/7 Total Beverage Partner**





IL NOSTRO IMPEGNO
PER IL DOMANI

PROFILO, NUMERI, VALORI DI COCA-COLA HBC ITALIA

Coca-Cola HBC Italia

Coca-Cola HBC Italia è il produttore e distributore di prodotti a marchio The Coca-Cola Company in Italia, Sicilia esclusa. Siamo presenti sul territorio italiano con 1.874 dipendenti **dislocati nella sede centrale a Sesto San Giovanni (MI) e in 5 stabilimenti**, tre dedicati alla produzione di bevande situati a Nogara (VR), Oricola (AQ), Marcianise (CE), e 2 siti di imbottigliamento di acque minerali, quello di Fonti del Vulture situato a Rionero in Vulture (PZ) e quello di Lurisia a Roccaforte Mondovì (CN), entrambi acquisiti con il supporto di The Coca-Cola Company.

Siamo responsabili del product merchandising, così come delle relazioni con i clienti, delle promozioni, delle attività di CSR e delle relazioni pubbliche e istituzionali.



1.874
dipendenti

SESTO SAN GIOVANNI (MI)

ROCCAFORTE MONDOVÌ (CN)*

NOGARA (VR)

ORICOLA (AQ)

RIONERO IN VULTURE (PZ)

MARCIANISE (CE)

*Il perimetro del presente Rapporto di Sostenibilità non include le informazioni relative allo stabilimento di Roccaforte Mondovì (CN), entrato a far parte del Gruppo in seguito all'acquisizione perfezionata nel dicembre 2019 della società Acque Minerali S.r.l.

Coca-Cola Italia

Coca-Cola Italia è una controllata di The Coca-Cola Company ed è responsabile del marketing strategico, della gestione e protezione dei brand, del reputational risk, del design dei packaging, delle promozioni rivolte al consumatore, pubblicità, ricerche di mercato, brand communication e relazioni istituzionali; inoltre, fornisce gli ingredienti di base, producendo e vendendo concentrati, basi e sciroppi.

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

Coca-Cola Hellenic Bottling Company

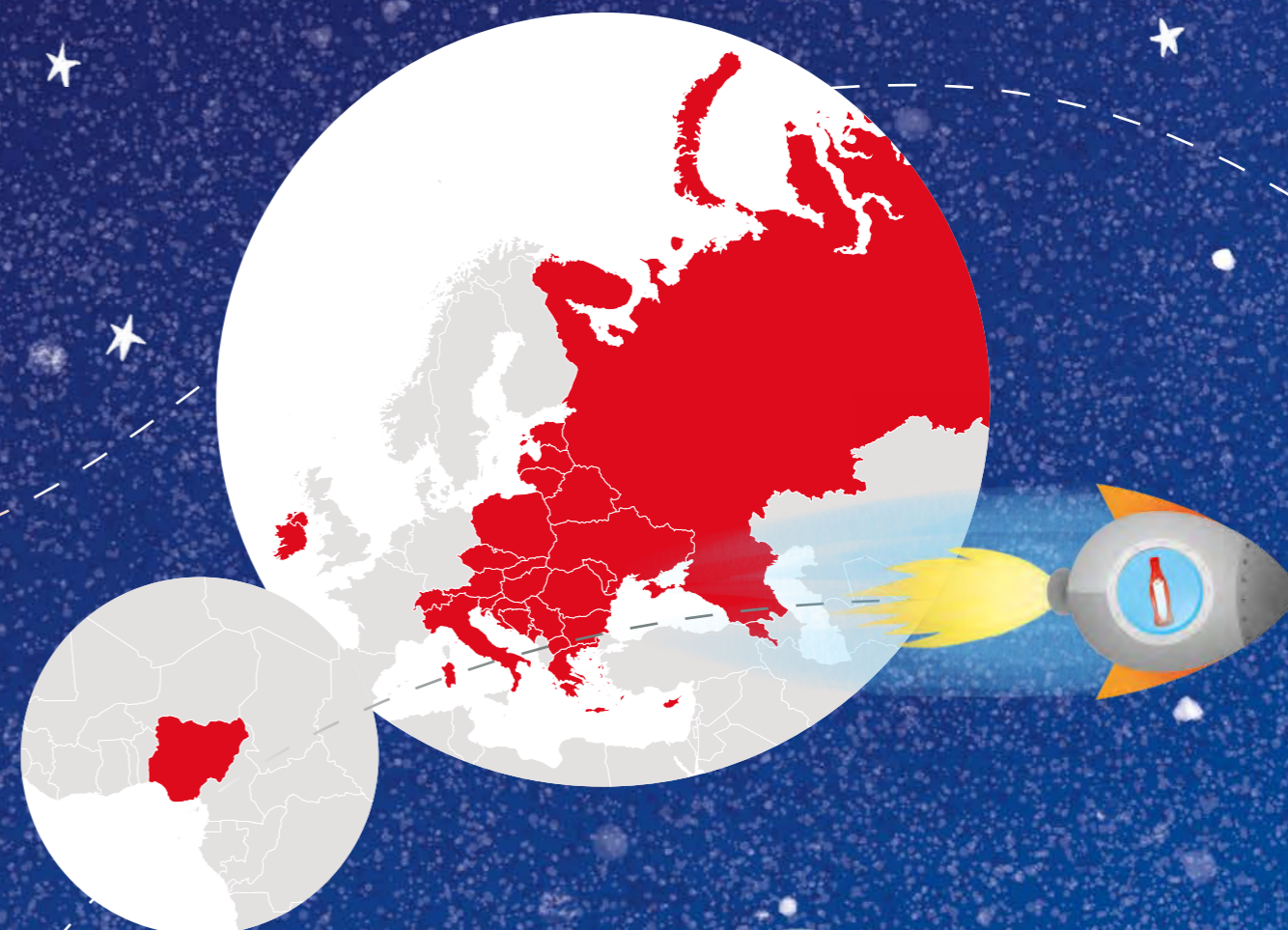
Coca-Cola HBC Italia è una società controllata dal Gruppo Coca-Cola Hellenic Bottling Company, quotato alle borse di Londra e Atene, che opera con 27.722 dipendenti attraverso 56 stabilimenti e raggiunge oltre 615 milioni di consumatori in 28 Paesi.



27.722
dipendenti



Nel 2020 Coca-Cola HBC è stata ufficialmente riconosciuta l'azienda più sostenibile del settore beverage al mondo secondo il Dow Jones Sustainability Index (DJSI)



IL NOSTRO IMPEGNO
PER IL DOMANI

I nostri valori

Per noi continuare a crescere significa farlo insieme ai nostri partner e alle comunità in cui operiamo, attraverso investimenti mirati e pensando alla sostenibilità come leva strategica del nostro sviluppo e dell'intero settore.

Purpose

Vogliamo far crescere tutti i nostri clienti e andare incontro alle preferenze dei consumatori, ogni giorno e in ogni momento della giornata 24/7. Lo facciamo prendendoci cura di un team di persone appassionate, costruendo valore nelle nostre comunità, nel rispetto dell'ambiente.

Vision

Essere l'azienda più stimata del settore beverage in Italia e guidare la crescita in tutte le categorie in cui siamo presenti.

Valori

- Agire con integrità
- Lavorare come un'unica squadra
- Essere eccellenti
- Vincere insieme ai nostri clienti
- Prendersi cura della crescita delle nostre persone
- Apprendere

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO



La nostra governance

La cultura aziendale che abbiamo maturato nel corso degli anni riflette il grande valore che attribuiamo al concetto di **responsabilità sociale d'impresa**.

Consideriamo gli strumenti che disciplinano la **condotta aziendale** e le regole della **corporate governance** come ingredienti fondamentali per il nostro successo, con una particolare attenzione alla **lotta alla corruzione**, e alla integrità e indipendenza dei membri del board.

Per garantire una gestione corretta e trasparente del business, in linea con i principi e i valori di Coca-Cola Hellenic Bottling Company, abbiamo adottato il **Codice di Comportamento negli Affari**, il **Manuale Anticorruzione** e i **Principi Guida per i Fornitori**, conformi a quelli del Gruppo e un Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001.

Il nostro impatto socio-economico

Coniugare orizzonte globale e anima locale è l'obiettivo che da sempre spinge Coca-Cola ad avere un'importante attenzione nei confronti delle comunità locali.

SDA Bocconi School of Management ha realizzato uno studio¹, pubblicato nel 2019, finalizzato a comprendere e a descrivere l'**impatto socio-economico nel nostro Paese di Coca-Cola HBC Italia, Coca-Cola Italia e Sibeg** che insieme rappresentano la prima realtà italiana nel settore delle bevande, sia per impatto economico sia per impatto occupazionale. Il cosiddetto sistema Coca-Cola² ha generato nel 2018 **980 milioni di euro di risorse**, pari allo 0,06% del PIL, suddivise tra famiglie, imprese e Stato.

Per quanto riguarda l'impatto occupazionale, Coca-Cola crea direttamente e attraverso il suo indotto 29.573 posti di lavoro, lo 0,12% della forza lavoro totale presente in Italia, con 66.838 persone che dipendono parzialmente o totalmente dai relativi redditi di lavoro.

980
milioni di euro
di risorse generate
e distribuite
pari allo 0,06% del PIL

29.573
posti di lavoro
pari allo 0,12%
della forza lavoro
totale presente in Italia



¹ Coca-Cola, più italiana di quanto immagini, 2019, SDA Bocconi.

² Coca-Cola Italia, Coca-Cola HBC Italia e Sibeg.



IL NOSTRO IMPEGNO
PER IL DOMANI

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

Partecipazione ad associazioni industriali

Partecipiamo attivamente alla vita delle associazioni industriali più rilevanti per il nostro business. Anche nel 2020 abbiamo ricoperto ruoli attivi nelle diverse associazioni:

CiAL (CONSORZIO NAZIONALE IMBALLAGGI ALLUMINIO)

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE: Giulia Miceli, Public Affairs Manager Coca-Cola HBC Italia

ASSOBIBE (ASSOCIAZIONE ITALIANA INDUSTRIE BEVANDE ANALCOLICHE)

PRESIDENTE: da ottobre 2020 Giangiacomo Pierini, PA&C Director Coca-Cola HBC Italia

CONSIGLIO GENERALE: Emiliano Maria Cappuccitti, Human Resources Director Coca-Cola HBC Italia

CONFINDUSTRIA VERONA

CONSIGLIO GENERALE: Giangiacomo Pierini, PA&C Director Coca-Cola HBC Italia

CONFINDUSTRIA BASILICATA

CONSIGLIO DIRETTIVO DELLA SEZIONE INDUSTRIE ALIMENTARI:

Angelo Libutti, Plant Manager Fonti del Vulture

ASSOLOMBARDA

CONSIGLIO DEL GRUPPO ALIMENTAZIONE: Giangiacomo Pierini, PA&C Director Coca-Cola HBC Italia

ABIE

COMPONENTE DELL'ADVISORY BOARD INVESTITORI ESTERI DI CONFINDUSTRIA:

da settembre 2020 Frank O'Donnell, General Manager Coca-Cola HBC Italia

SHERPA ADVISORY BOARD INVESTITORI ESTERI DI CONFINDUSTRIA:

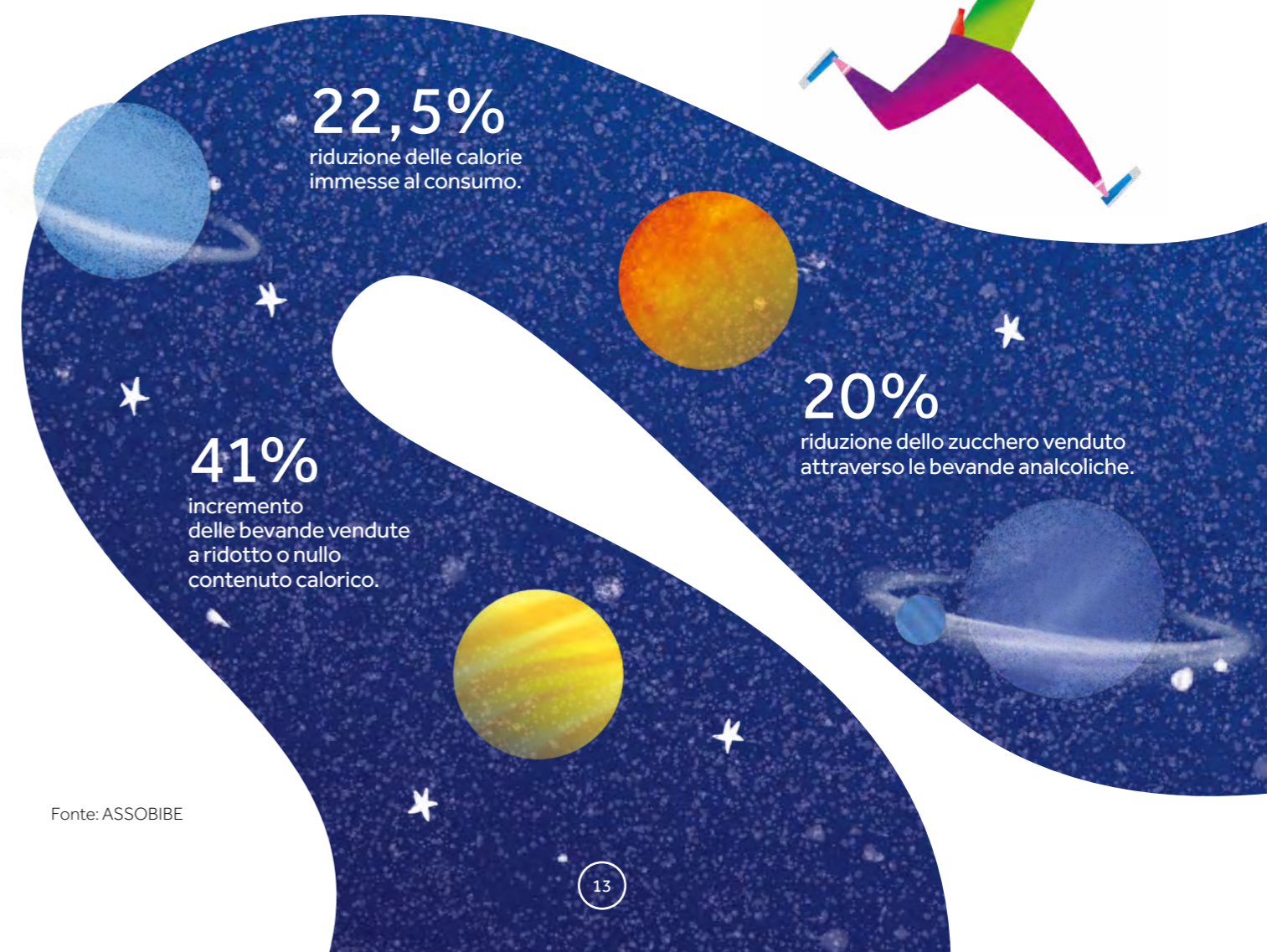
Giangiacomo Pierini, PA&C Director Coca-Cola HBC Italia.



L'impegno del settore delle bevande: Assobibe

I risultati raggiunti dalle aziende del settore soft drink in Italia sono i seguenti:

- incremento del 41% delle bevande a ridotto o nullo contenuto calorico;
- riduzione del 22,5% delle calorie immesse al consumo;
- riduzione del 20% dello zucchero venduto attraverso le bevande analcoliche;
- l'astensione dalla vendita diretta di qualsiasi soft drink nelle scuole primarie, anche tramite distributori automatici (con una conformità ad oggi pari al 95%, per un totale di 28 milioni di bambini);
- l'impegno a favorire - nelle scuole secondarie - la vendita di un'ampia gamma di bevande (incluse acqua e altre bibite anche a ridotto contenuto calorico), in formati idonei a consentire il controllo del consumo;
- l'offerta di una gamma completa e di un'ampia varietà di formati per permettere alle persone di scegliere il prodotto più adatto al proprio stile di vita.



Fonte: ASSOBIBE



IL NOSTRO IMPEGNO
PER IL DOMANI

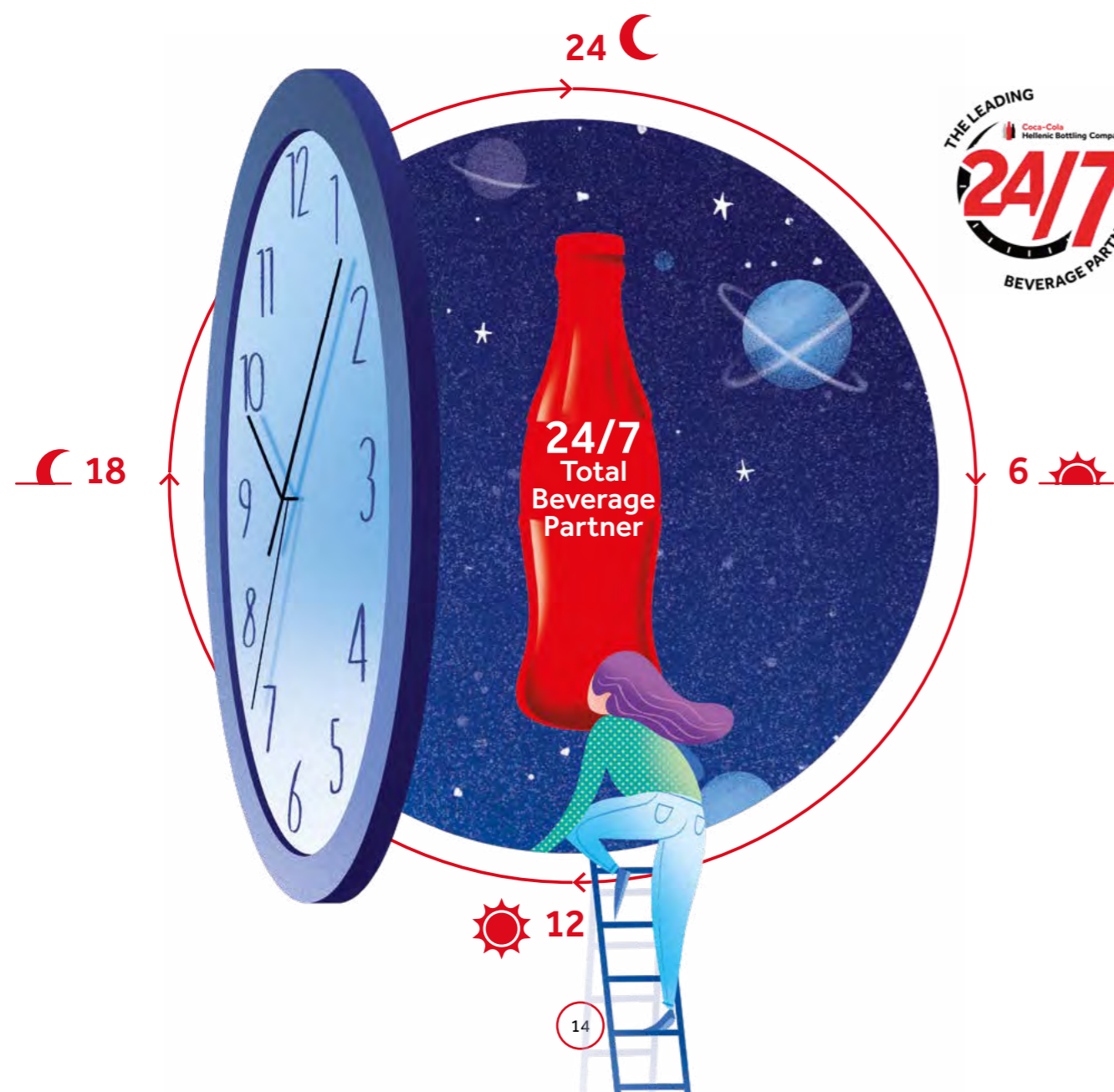
TUTTI I NOSTRI PRODOTTI

Siamo di fronte a un mondo in continua evoluzione, oggi più che mai repentina e imprevedibile. I modelli di consumo riflettono questi cambiamenti: il nostro obiettivo è quello di intercettare le esigenze dei nostri consumatori, offrendo una gamma di bevande che sappia prontamente soddisfarne i bisogni.

Da anni puntiamo sull'innovazione di prodotto per proporre bevande e formati adatti ad ogni gusto, stile di vita e occasione di consumo: questo fa di noi un **24/7 Total Beverage Partner**. Distribuiamo su tutto il territorio nazionale, ad esclusione della Sicilia, le bevande analcoliche a marchio Coca-Cola, Fanta e Sprite, i tè freddi FUZETEA, le toniche Royal Bliss e Kinley, le acque minerali Lilia e Sveva, i succhi di frutta Amita, le bevande sportive Powerade, le bevande vegetali AdeZ e gli energy drink a marchio Burn e Monster Energy®.

A questi si aggiungono i prodotti Lurisia, marchio italiano di acque e bevande premium quali Chinotto, Gazzosa, Acqua Tonica, Aranciata, Aranciata Amara, Aranciata Rossa e Limonata.

Nel 2020 per ampliare la nostra offerta nella distribuzione degli spirits sono stati fatti accordi commerciali con Martiniquaise, Nemiroff, Barcelò e Fraternity Spirits che si sono aggiunti al portafoglio di cui fanno già parte Lucano 1894, Edrington e Silvio Carta.



IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO





IL NOSTRO IMPEGNO
PER IL DOMANI

Novità e trend di prodotto 2020

Il 2020 è stato un anno che ha sovvertito ogni ordine, necessità, stile di vita, così come le abitudini di consumo: l'emergenza sanitaria, infatti, ha portato a un inevitabile aumento dei momenti di condivisione e consumo tra le mura domestiche.



In questo nuovo contesto, la nostra offerta di prodotti vegetali **AdeZ** per la **colazione**, la cui vendita è cresciuta del +11%, si è arricchita con l'inserimento di **AdeZ Mix** e **AdeZ Cereali**.



Importanti novità sono state introdotte anche in casa **Monster Energy**®, che per la prima volta nel 2020 è diventata leader della categoria nei mesi di ottobre e novembre, e si è arricchita di due nuovi gusti, **Ultra Paradise** e **Pipeline Punch**.



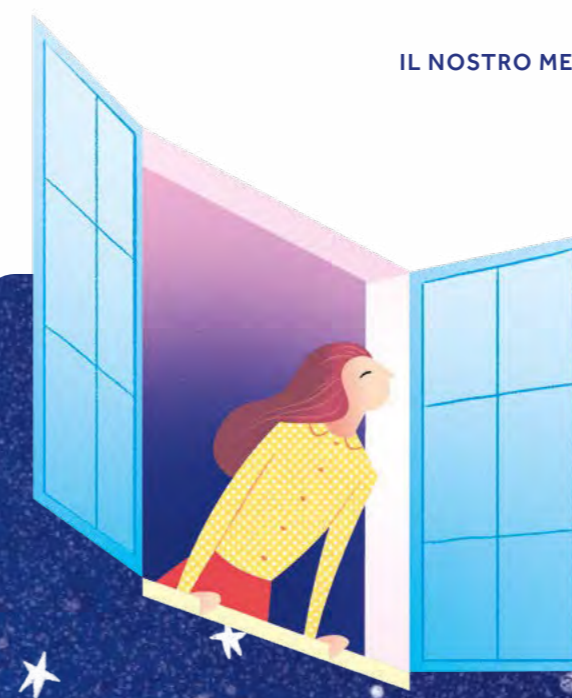
Per l'aperitivo, invece, sono state protagoniste di un grande rilancio nel 2020 le **toniche Kinley**, che soddisfano le esigenze di consumo del target adulto con una gamma completa che trae ispirazione dai sapori più amati nelle diverse città del mondo.

Fanta Limonata Senza Zuccheri Aggiunti con succo di "Limone di Siracusa IGP"

Nel 2020 la **famiglia delle bevande con succo IGP** si è arricchita di un nuovo prodotto, Fanta Limonata Senza Zuccheri Aggiunti, preparato con succo di "Limone di Siracusa IGP" 100% controllato dal Consorzio di Tutela del Limone di Siracusa IGP. Fanta Limonata si aggiunge a Fanta Aranciata Rossa Senza Zuccheri Aggiunti con succo di "Arancia Rossa di Sicilia IGP" per arricchire l'offerta di bevande che vantano l'utilizzo di un succo proveniente da agrumi a Indicazione Geografica Protetta.



IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO



Innovare per crescere

L'innovazione rappresenta la principale leva su cui abbiamo costruito la nostra strategia di crescita e di evoluzione. Innovare significa ripensare a prodotti, packaging, processi, tecnologie per restare leader di mercato e anticipare trend e cambiamenti di contesto.

2%
di vendite online
sul totale



Quest'anno, il processo d'innovazione ha dovuto misurarsi con gli impatti della pandemia, che si sono manifestati su diversi fronti del nostro business, a cui abbiamo prontamente risposto. Primo tra tutti, in un Paese poco predisposto all'acquisto digitale, si è registrato un aumento importante dello shopping online. Il mercato **E-commerce** dei beni di largo consumo, in crescita già da alcuni anni, ha subito un'accelerata nel 2020 grazie a un **aumento della digitalizzazione in tutte le fasce d'età della popolazione**. Siamo stati pronti a raccogliere la sfida, lanciando la nostra prima piattaforma E-commerce, che ci ha consentito di commercializzare i prodotti direttamente ai consumatori.

IL NUOVO eShop

Il nostro nuovo eShop, visitabile all'indirizzo <https://shop-it.coca-colahellenic.com>, è pensato appositamente per i consumatori che prediligono gli acquisti online e offre la possibilità di ordinare tutti i prodotti selezionati per questo canale di vendita. Si presenta come un **ambiente virtuale user-friendly**, capace di soddisfare diverse esigenze d'acquisto.

La tecnologia ci ha aiutato a essere sempre più vicini ai nostri clienti, supportati nel processo di digitalizzazione, attraverso la realizzazione di **contratti digitali** e **sistemi di data sharing**.

SEGMENTED EXECUTION

Non da ultimo, l'apporto tecnologico è stato fondamentale per anticipare le tendenze di settore e interpretare in maniera corretta e tempestiva le esigenze dei consumatori: i big data sono oggi la prima e più ampia fonte di informazioni, capace di restituire un quadro completo e analitico sui trend di consumo. Il mondo dei **Big Data** ci aiuta sempre più nell'ottimizzazione delle attività di esecuzione sul mercato e nella **creazione di valore** sia per la nostra azienda che per i nostri clienti. Per questo motivo, nel 2020 è stato lanciato il nuovo progetto **"Segmented execution"**, che sarà esteso a tutto il territorio nazionale nel 2021, con l'obiettivo di fornire la migliore strategia di esecuzione attraverso dati rilevati sulle abitudini dei nostri consumatori nei punti vendita.

Attraverso la posizione **GPS del cellulare** e nel pieno **rispetto della privacy** dei consumatori, raccogliamo informazioni generali sulla permanenza dei nostri clienti nei punti vendita, sulla fascia d'età e sulle loro abitudini di acquisto. La raccolta dei dati, in forma aggregata e dunque anonima, ci consente di profilare l'esecuzione sul mercato in termini di **assortimento dei prodotti**, posizionamento delle frigovetrine e attivazione del punto vendita. Il miglioramento tecnologico supporta i nostri venditori dotati di iPad nel capire meglio le esigenze dei clienti, nel risparmiare grossi quantitativi di carta, nell'effettuare visite mirate e nell'aiutare anche i nuovi colleghi nella gestione dei punti vendita a loro assegnati.



IL NOSTRO IMPEGNO
PER IL DOMANI

VERSO UN BUSINESS SOSTENIBILE: DALL'ASCOLTO ALLA STRATEGIA

Leader nel mercato delle bevande gassate, ci poniamo in Italia come principale guida di una crescita sostenibile, intelligente e inclusiva del settore e come soggetto aggregatore delle istanze dell'intera filiera.

Coscienti del ruolo che rivestiamo all'interno del sistema economico e sociale in cui operiamo e dell'impatto che possiamo avere sul benessere dei dipendenti, dei collaboratori e delle comunità in cui siamo presenti, sentiamo nostra anche la responsabilità di contribuire alle grandi sfide globali, declinate in **17 obiettivi nell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite**. L'Agenda 2030 ci pone una sfida: **essere attori di sviluppo e abilitatori di cambiamento**.



6 - ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI

Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie.



8 - LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.



11 - CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.



12 - CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

Garantire modelli sostenibili di produzione e consumo.



13 - LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Adottare misure urgenti per combattere i cambiamenti climatici e le sue conseguenze.



17 - PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

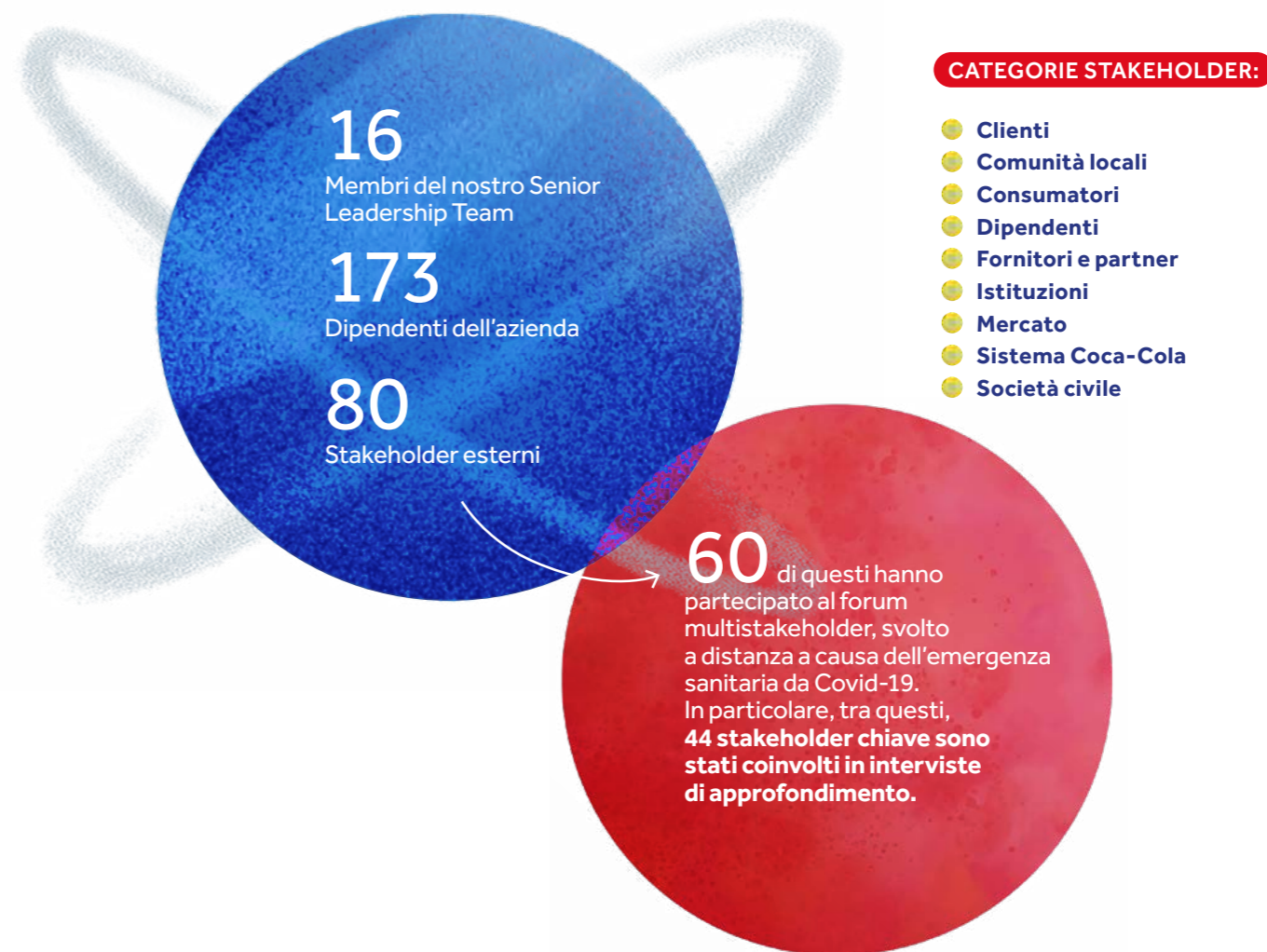


Sfida che abbiamo raccolto nella nostra Missione Sostenibilità 2025, che rappresenta l'insieme di impegni di sostenibilità, definiti anche attraverso il dialogo con gli stakeholder, e che traccia la strada da percorrere e condividere nei prossimi anni.

Stakeholder engagement e temi materiali

L'analisi di materialità ci consente ogni anno di delineare le tematiche più rilevanti per le nostre attività. È un processo che passa in primo luogo dall'ascolto dei nostri stakeholder, con cui portiamo avanti un dialogo costante, ricco di spunti e riflessioni comuni che contribuiscono all'evoluzione della nostra strategia. Per garantire un'accurata definizione e pesatura delle

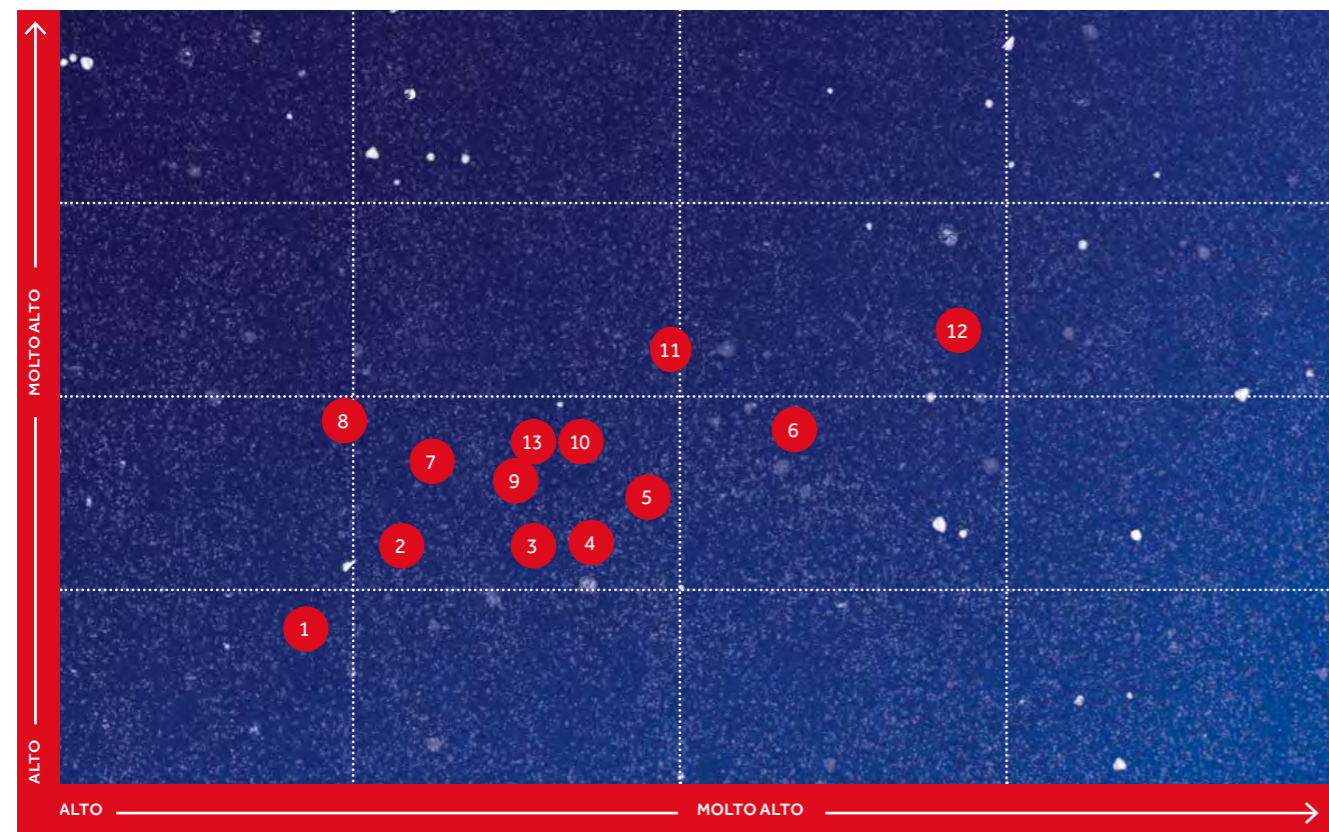
tematiche all'interno della matrice di materialità, sono stati coinvolti nel processo diversi portatori d'interesse, interni ed esterni, in rappresentanza delle rispettive categorie di appartenenza. L'aggiornamento dell'analisi, che integra gli indirizzi e gli esiti del processo condotto a livello di Gruppo, è stato completato attraverso un'indagine online, interna ed esterna, rivolta a:



La matrice di materialità rappresenta l'esito del processo di analisi e del coinvolgimento degli stakeholder attraverso il collocamento dei temi sull'area individuata da due assi, di cui quello orizzontale specifica la rilevanza interna, mentre quello verticale quella degli stakeholder esterni.

MATRICE DI MATERIALITÀ

Rilevanza per gli stakeholder



Rilevanza per CCHBCI

- 1 Cittadinanza d'impresa
- 2 Marketing e comunicazione responsabile
- 3 Approvvigionamento sostenibile
- 4 Impatti economici diretti e indiretti
- 5 Gestione dell'acqua
- 6 Climate change ed efficienza energetica
- 7 Integrità del business e Corporate Governance
- 8 Benessere ed engagement dei dipendenti
- 9 Benessere e nutrizione
- 10 Innovazione
- 11 Diritti umani, inclusione e gestione della diversità
- 12 Packaging e gestione dei rifiuti
- 13 Qualità del prodotto



PER UNA MIGLIORE GESTIONE DEI RISCHI

L'approccio alla gestione dei rischi legati all'attività dell'impresa e agli impatti che ne derivano è strettamente connesso alla rilevanza dei temi di sostenibilità e di protezione delle nostre persone e del nostro business. Il nostro processo di gestione del rischio segue le linee guida del Gruppo, definite all'interno del programma **"Business Resilience - Enable growth & protect the business"**, con un approccio metodologico denominato **"Smart Risk"**. L'approccio **"Smart Risk"** nel 2020 è stato adottato in tutti i nostri stabilimenti. Questo ha permesso al **Senior Leadership Team**, responsabile in ultima analisi del sistema di gestione del rischio, di reagire in modo immediato e in tutti i settori aziendali alla sfida posta dai rischi generati dall'emergenza pandemica da Covid-19. In parallelo, si è continuato ad esaminare l'esposizione al rischio della Società per garantire che i temi materiali e i principali rischi dell'azienda fossero gestiti in linea con gli obiettivi strategici attraverso revisioni mensili per singola funzione, poi sintetizzati e presentati periodicamente al comitato direttivo (SLT) e trimestralmente ai responsabili a livello Corporate.

Inoltre, a livello di Gruppo nel 2020 è stato implementato con successo un nuovo sistema di monitoraggio dei rischi basato sulla tecnologia Shared Point, che ha permesso di ottimizzare i costi e semplificare la gestione della mappatura e del consolidamento dei dati appartenenti ai registri dei rischi dei vari Paesi. Il nuovo sistema garantirà un approccio condiviso dei rischi e l'adozione di soluzioni comuni.

In tabella viene presentata una panoramica dei rischi più rilevanti per le nostre attività alla fine del 2020, in relazione con le tematiche più significative emerse dall'analisi di materialità. Restituisce una valutazione della probabilità di accadimento e delle potenziali conseguenze dei principali rischi che possono riguardare l'azienda.

La mappatura viene costantemente aggiornata, in considerazione all'eventuale manifestarsi di rischi che non sono ancora noti, o che non sono ritenuti attualmente significativi, in base al potenziale impatto sulle attività o sulle performance finanziarie dell'azienda.



L'approccio
Smart Risk
è stato adottato in tutti i nostri
stabilimenti nel 2020.

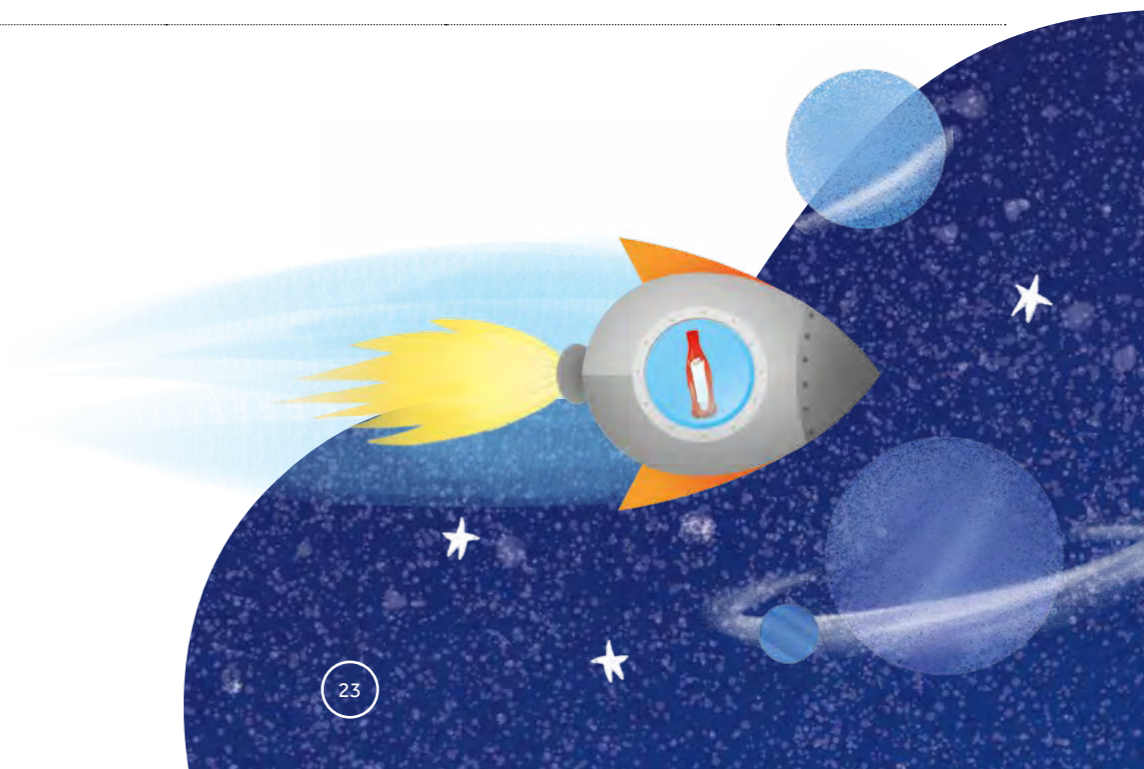
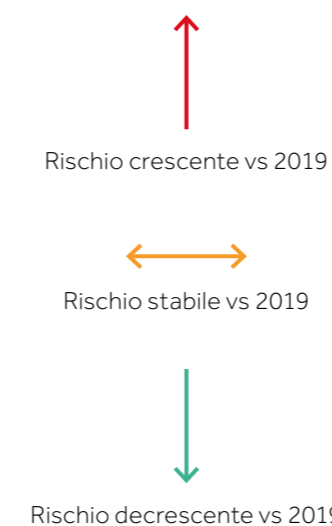


IL NOSTRO IMPEGNO
PER IL DOMANI

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

RISCHIO	DESCRIZIONE	IMPATTO POTENZIALE	PIANO DI MITIGAZIONE	TEMA MATERIALE COLLEGATO
↑ Emergenza Covid-19: sicurezza delle persone	Rischio di contrarre il Covid-19 (Sicurezza di tutte le persone all'interno delle strutture aziendali)	Perdita di vite umane. Interruzione del business	Piano prevenzione e sicurezza Osservanza delle disposizioni governative Piano di informazione e comunicazione Triage a 3 livelli in caso di contagio Regole distanziamento sociale, tracciabilità, controllo accessi Remote working	<ul style="list-style-type: none"> • Benessere ed engagement dei dipendenti • Impatti economici diretti ed indiretti
↑ Emergenza Covid-19: impatto sul business	Effetti negativi sulla produzione e sulle vendite dovute al Covid-19	Riduzione volume di vendita Difficoltà di approvvigionamento beni e servizi Blocchi distributivi	Osservanza dei decreti emessi dal governo Analisi continua della situazione sul mercato Mantenimento della relazione e del contatto con clienti e fornitori Strategie di mantenimento della market share Contenimento dei costi e riallocazione del Budget disponibile Esplorazione canali di vendita alternativi	<ul style="list-style-type: none"> • Approvvigionamento sostenibile • Qualità del prodotto • Innovazione
↓ Consumer trend della Categoria Bevande Gassate	Aumento della sensibilità dei Consumatori ai temi dell'obesità, artificialità, insalubrità delle Bevande Gassate	Perdita di Consumatori con impatto sulle vendite e profitto aziendale	Renewing Category Growth (RCG) strategy	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing e comunicazione responsabile • Qualità del prodotto • Benessere e nutrizione • Innovazione
↑ Tasse discriminatorie	Incremento delle tasse con particolare riferimento al consumo delle Bevande Gassate	Riduzione del Profitto netto a seguito del calo dei volumi di vendita	La tassa sulla plastica e la tassa sullo zucchero sono state approvate ma saranno poste in essere rispettivamente a luglio 2021 e gennaio 2022; l'azienda sta continuando il confronto con le Associazioni di Categoria per una chiara applicazione del decreto attuativo, la valutazione sugli impatti sul sistema economico e possibili revisioni o modifiche del testo.	<ul style="list-style-type: none"> • Impatti economici diretti ed indiretti

↓ Riciclo dei packages	Implementazione delle nuove normative europee in termini di gestione e riciclo dei rifiuti	Aumento della complessità di gestione dei packages vuoti e dei relativi costi	Confronto con le Associazioni di Categoria e le Autorità per evidenziare il contributo della nostra Azienda in tema di sostenibilità ambientale	<ul style="list-style-type: none"> • Packaging e gestione dei rifiuti • Impatti economici diretti ed indiretti
↑ Gestione del Credito	Insolvenza dei clienti per problemi di liquidità dovuti alle chiusure forzate nel canale Ho.Re.Ca. per effetto del Covid-19	Perdita di clienti con impatto sulle vendite, sul profitto aziendale e sui flussi di cassa	Attenta Politica Commerciale e del Credito mirata alla riduzione dell'esposizione dei clienti a rischio; Operazioni di supporto all'interno del canale Ho.Re.Ca. per facilitare gli esercenti a fronteggiare la crisi dovuta alla pandemia	<ul style="list-style-type: none"> • Integrità del business e Corporate Governance • Impatti economici diretti ed indiretti
↑ Plastica Monouso	Implementazione delle nuove normative europee in termini di utilizzo Plastica per i packages (Cauzioni, Costi pulizia, Bottiglie riciclate, Tappi attaccati)	Implementazione di nuove tecnologie e procedure con aumento dei costi e complessità di processo	Confronto con le Associazioni di Categoria e le Autorità per evidenziare il contributo della nostra Azienda in tema di sostenibilità ambientale	<ul style="list-style-type: none"> • Packaging e gestione dei rifiuti • Impatti economici diretti ed indiretti
↓ Procedure di Qualità per i nuovi prodotti	Validazione dei protocolli di qualità per i nuovi prodotti e packages	Qualità dei prodotti e sicurezza dei Consumatori con impatto sulla reputazione aziendale	Implementazione delle procedure di validazione per ogni nuovo prodotto e package al fine di prevenire qualsiasi problema di qualità	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità del prodotto • Innovazione
↓ Gestione dei Fornitori	Esternalizzazione di servizi e attività legate al ciclo produttivo e logistico	Business Interruption con impatto sulla reputazione aziendale e perdita di volumi di vendita	Continuo e aperto dialogo con i fornitori al fine della migliore applicazione degli accordi contrattuali	<ul style="list-style-type: none"> • Approvvigionamento sostenibile • Impatti economici diretti ed indiretti





AMBIENTE

IL PIANETA A IMPATTO ZERO



IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

100% di energia elettrica
acquistata dalla rete nel 2020 in Italia
proveniente da fonti rinnovabili

99,8% di rifiuti
da processi di imbottigliamento
destinati al riciclo

Tutti i nostri packaging sono
riciclabili al 100%

Intensità idrica ridotta
del 20% rispetto al 2010

Sempre più **plastica riciclata (rPET)**
nelle nostre bottiglie





IL PIANETA
A IMPATTO ZERO

IL NOSTRO IMPEGNO NELLA CATENA DEL VALORE

Abbiamo da tempo intrapreso un percorso che ci vede costantemente impegnati nel trovare soluzioni che **riducono il nostro impatto sull'ambiente**, promuovendo questa responsabilità in ogni fase della catena del valore.

In questo modo contribuiamo in modo attivo alle politiche ambientali del nostro Gruppo Coca-Cola HBC racchiuse nella **Missione Sostenibilità 2025** che stabilisce obiettivi specifici a diversi livelli: già in fase di approvvigionamento, prediligiamo ingredienti di origine agricola coltivati nel rispetto dei principi dell'agricoltura sostenibile, innoviamo costantemente in ogni fase del ciclo di vita dell'imballaggio, riduciamo sensibilmente i consumi energetici e le emissioni e gestiamo la risorsa idrica in modo responsabile.

La gestione degli aspetti ambientali è regolata da specifiche Policy di Gruppo:

POLITICA AMBIENTALE:

Condurre tutte le attività d'impresa in modo responsabile, tenendo conto dell'impatto ambientale e della **sostenibilità delle performance**.

GESTIONE E RICICLO DEGLI IMBALLAGGI A FINE VITA:

Migliorare le performance ambientali nel settore degli imballaggi e nella gestione post-consumo. Assumersi la **responsabilità** del materiale raccolto in qualità di membro delle organizzazioni per il recupero autorizzate. Sviluppare e attuare piani commerciali in linea con gli standard vigenti.

GESTIONE RESPONSABILE DELLE ACQUE:

Limitare l'impatto sui bacini idrografici e promuovere attività di gestione delle acque nelle comunità in cui si opera. Impegnarsi a **ridurre i consumi d'acqua per litro** di bevanda prodotta, coinvolgendo anche i fornitori di materie prime e di imballi.

POSIZIONE IN TEMA DI CAMBIAMENTI CLIMATICI:

Limitare l'impatto sul clima generato dalle attività di business, riducendo il consumo di energia o incrementando l'**impiego di energie alternative o rinnovabili**.

Verso un'economia circolare

La transizione verso un modello di economia circolare rappresenta una sfida di enorme portata, in cui diventa sempre più urgente il passaggio a un **modello di sviluppo sostenibile**, intelligente e inclusivo. Un modello pensato per preservare le risorse naturali, limitando il ricorso a nuove materie prime e all'energia da fonti non rinnovabili nei processi produttivi, continuando a diminuire scarti e rifiuti e promuovendone il riciclo e il riutilizzo.

È una missione che vogliamo intraprendere facendoci promotori del cambiamento e che vogliamo condividere con tutti i protagonisti della filiera, a partire dai fornitori, fino ai clienti, alle comunità locali, alle organizzazioni non governative e al mondo dell'industria.

Nasce da qui **World Without Waste**, un percorso ambizioso e a lungo termine che abbiamo intrapreso a fianco di The Coca-Cola Company, nostro partner strategico, con l'obiettivo al 2030 di raccogliere e riciclare l'equivalente di una bottiglia o di una lattina per ciascuna di quelle vendute.

Nel solco di questo progetto, abbiamo concretizzato la nostra responsabilità nei confronti del patrimonio naturale in una serie di obiettivi a medio termine che si inseriscono nel quadro più ampio di impegni di **Missione Sostenibilità 2025**.

PER UN APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE



L'ingrediente principale per realizzare i nostri prodotti è rappresentato dall'**acqua**, materia prima che determina la qualità e la sicurezza di ogni bevanda, oltre che fonte necessaria per la coltivazione degli ingredienti di origine agricola impiegati nei prodotti.



La fase di approvvigionamento delle materie prime determina gran parte dell'impatto ambientale ed economico delle nostre attività. Per questo, il nostro impegno è rivolto ai processi di fornitura, sia nella **scelta responsabile** della materia prima, sia nella selezione etica dei fornitori.



Innovare nella catena di fornitura significa innescare un cambiamento che stimoli e coinvolga tutti i nostri fornitori a intraprendere un percorso comune fatto di scelte sostenibili, fornendo loro l'ispirazione e mettendo a disposizione gli strumenti necessari, in termini di **migliori tecnologie** e di **know-how**.

Le materie prime

L'acqua è una risorsa essenziale e preziosa per la vita sulla Terra, ma non infinita. L'importanza di un suo utilizzo responsabile è sancita sotto forma di impegno nella Policy "**Il nostro approccio alla tutela delle acque**", che ci guida nel limitare il nostro impatto sui bacini idrografici e nel ridurre il consumo d'acqua per litro di bevanda prodotta.

L'acqua utilizzata per la produzione delle bevande e per il funzionamento dei processi viene estratta dai nostri pozzi presenti negli stabilimenti di **Nogara, Oricola e Marcianise**, costruiti seguendo rigidi criteri ingegneristici. Il mantenimento delle loro buone condizioni di uso è cruciale per garantire le caratteristiche qualitative dell'acqua estratta.

Per assicurare la sostenibilità delle risorse idriche e degli ecosistemi, richiediamo inoltre valutazioni sul rischio idrico e piani di protezione delle fonti di acqua per ogni sito di produzione. Ogni anno in media vengono svolte circa 1.540 analisi chimico-fisiche e microbiologiche per assicurare la conformità ad oltre 15.000 parametri.

Oltre all'acqua, anche altre materie prime concorrono alla produzione della nostra gamma di bevande: si tratta di ingredienti di origine agricola, come limoni o arance, che per Fanta sono **100% italiani**. Nel loro approvvigionamento prediligiamo ingredienti coltivati nel rispetto dei principi dell'agricoltura sostenibile, inserendo nella gamma anche bevande che vantano l'utilizzo di un prodotto a **Indicazione Geografica Protetta (IGP)**.



Innovazione - Rainforest Alliance per FUZETEA



In linea con la strategia aziendale, i prodotti a marchio **FUZETEA** hanno conseguito la certificazione **Rainforest Alliance** che assicura che tutta la filiera, dalla coltivazione delle foglie di tè fino all'imbottigliamento della bevanda, rispetti gli standard di coltivazione sostenibile concordati dall'associazione no-profit Rainforest, attestando il rispetto di elevati requisiti ambientali e sociali.

L'obiettivo dello standard è tutelare la biodiversità, preservare la risorsa dell'acqua e migliorare il benessere degli agricoltori: tutti gli operatori della filiera devono garantire il rispetto degli stessi principi e assicurare la tracciabilità del prodotto certificato.

Gli stabilimenti di **Marcianise** e **Nogara** sono stati i primi stabilimenti all'interno del Gruppo Coca-Cola HBC a completare la certificazione della filiera produttiva.



I fornitori

La scelta e la gestione dei fornitori rappresenta un aspetto fondamentale per la creazione e il mantenimento di una catena di approvvigionamento **sostenibile**. Nei processi di selezione dei nostri business partner teniamo conto anche delle loro performance ambientali e sociali e della loro localizzazione. Infatti, per supportare la crescita economica del territorio, **privilegiamo il più possibile fornitori locali**.

I **Principi Guida per i Fornitori** (Supplier Guiding Principles) sono il **principale riferimento che disciplina i rapporti con la catena di fornitura**: si tratta di uno strumento fondamentale per creare le condizioni necessarie per una conduzione delle attività ispirata ai principi del rispetto ambientale, sociale, dei diritti umani e delle leggi sul lavoro. Ai fornitori viene richiesto l'obbligo di conformità ai Principi, alle otto Convenzioni fondamentali dell'Organizzazione internazionale del lavoro, e alle leggi locali in materia, oltre all'ottemperanza ai requisiti del D.Lgs. 231/2001 e all'adesione al Codice di Comportamento negli Affari adottato dalla Società.³

Il monitoraggio sui fornitori critici è stato rafforzato grazie all'utilizzo della **piattaforma ECOVADIS** per quanto riguarda gli aspetti ambientali, e la piattaforma di Gruppo **Exiger** per la due diligence in ambito anticorruzione.

Inoltre, all'interno degli stabilimenti produttivi adottiamo un protocollo di verifica che valuta la qualità e le prestazioni dei materiali di fornitura, prima di autorizzarne l'effettivo utilizzo. Per ogni rapporto di collaborazione richiediamo la documentazione che dichiara la conformità a tutte le leggi applicabili, sia nazionali che europee. Per gli appaltatori critici, insieme alla conformità alle normative settoriali definita contrattualmente, viene richiesta anche la documentazione attestante la regolare retribuzione e contribuzione verso i dipendenti.

Promuoviamo inoltre la collaborazione dei nostri fornitori nell'obiettivo comune di minimizzare le emissioni di CO₂ in tutta la filiera produttiva, a partire dalla produzione di materie prime. In fase di selezione il fornitore è tenuto a rispettare le **"Specifiche per la fornitura di servizi di trasporto"**, un documento che è parte integrante dei

³ Sono esclusi dalla sottoscrizione dell'obbligo di rispettare il Modello 231 e il Codice Etico di CCHBCI i soli studi legali, notari e tributari e alcune società di consulenza con cui l'Azienda collabora.



IL PIANETA
A IMPATTO ZERO

contratti di logistica, che include la richiesta di utilizzare veicoli che rispettino lo standard EURO IV. La selezione tiene anche in considerazione le **fonti di energia utilizzate dal fornitore** e le politiche energetiche adottate. È stato anche avviato un processo di **razionalizzazione**

delle forniture volto a privilegiare i partner che offrono la possibilità di immagazzinare e consegnare i prodotti **ottimizzando le distanze percorse e le quantità di merce trasportata.**

NUMERO DI FORNITORI PER TIPOLOGIA

Tipologia	2018	2019	2020
Technical services & ricambi	330	238	243
Materie prime	135	115	103
Trasporti	184	127	121
Marketing e servizi	967	857	795
Totale azienda	1.616	1.337	1.262

NUMERO DI FORNITORI PER AREA GEOGRAFICA

Area	2018	2019	2020
Nord	871	763	763
Centro	191	150	120
Sud	330	195	154
Estero	224	229	225
Totale azienda	1.616	1.337	1.262

Parola d'ordine: resilienza.

LA GESTIONE DEI BUSINESS PARTNER DURANTE L'EMERGENZA

La situazione di emergenza sanitaria ha rappresentato una sfida che ha avuto come obiettivo quello di garantire la **continuità del business in totale sicurezza**. In riferimento alla catena di approvvigionamento, ci siamo impegnati nel mettere in campo tutti gli sforzi possibili per assicurare la produzione attraverso un regolare rifornimento di materie prime. Per operare con la massima sicurezza e in modo più rapido e incisivo, è stata istituita una **Task Force locale** e in parallelo è stato portato avanti un costante dialogo con i fornitori, per assicurare il rispetto delle regole e la sicurezza di tutti.

In sinergia con il Gruppo, **è stato attivato un piano di emergenza** applicato a tutti gli approvvigionamenti di materie prime provenienti dall'estero per assicurarne la fornitura costante e sono stati avviati piani alternativi di fornitura nei momenti di maggiore criticità. È stato, inoltre, fornito un **supporto logistico a livello locale** laddove i passaggi di frontiera risultassero particolarmente onerosi per i trasportatori stranieri.

I canali di comunicazione con i fornitori sono rimasti sempre aperti e implementati con l'invio di costanti informative per diffondere le regole di sicurezza e comportamento stabilite per i processi di scarico merce e all'interno degli stabilimenti. **Sono stati forniti dispositivi di protezione individuale destinati ai fornitori stessi**, nel caso ne fossero sprovvisti.

TRASFORMAZIONE E INNOVAZIONE

La realizzazione delle bevande gassate si articola in specifiche fasi, basate su pochi principali ingredienti.

Si comincia dall'acqua, precedentemente trattata e raffreddata per poter essere utilizzata nei processi produttivi, che viene addizionata con zucchero o dolcificanti senza calorie, e trasformata così in sciroppo semplice, preparato in appositi serbatoi e successivamente filtrato per rimuovere eventuali impurità.

Attraverso la mescolazione con il "**concentrato**" o con i vari "**preparati base**", che servono per la preparazione delle diverse bibite, lo sciroppo semplice diventa "sciroppo finito". Infine, viene aggiunta l'anidride carbonica, a cui si deve la caratteristica nota frizzante. La bibita è a questo punto pronta per la fase successiva, ovvero l'imbottigliamento.



Durante la fase di trasformazione, in cui la materia prima viene lavorata per ottenere i prodotti finiti, poniamo la più **elevata attenzione nel massimizzare l'efficienza energetica ed idrica** dei processi produttivi, in linea con la strategia del Gruppo e per dare il nostro contributo alla lotta al cambiamento climatico.

Per noi, innovare nella fase di trasformazione significa **investire in un costante processo di miglioramento tecnologico** volto a ottimizzare le performance ambientali dei processi produttivi, a partire dalle energie rinnovabili fino ad arrivare all'**efficienza idrica**, minimizzando i consumi e quindi le emissioni di gas climalteranti.



IL PIANETA
A IMPATTO ZERO

L'efficienza dei processi

Per mitigare l'impronta delle nostre attività sul clima adottiamo una politica energetica volta alla ricerca di una maggiore efficienza e al contenimento delle emissioni a effetto serra, portando avanti in parallelo un progressivo percorso di innovazione tecnologica nel campo delle energie rinnovabili e assimilate.

In primo luogo, il **100% dell'energia elettrica che acquistiamo dalla rete proviene da fonti rinnovabili** ed è certificata dalla Garanzia di Origine (GO), che ne attesta la produzione da impianti qualificati⁴.

In particolare, lo **stabilimento di Rionero rappresenta il best performer a livello di Gruppo** in termini di CO₂ emessa: anche nel 2020, oltre ad aver utilizzato il 100% di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, registra un minimo di 0,72 grammi di emissioni Scope 1 di CO₂ per litro di bevanda prodotto.

A testimonianza dell'impegno nello sviluppo e nell'impiego di energia da fonti rinnovabili e assimilate, da diversi anni sono stati introdotti **impianti fotovoltaici** negli stabilimenti di Nogara, Oricola e Marcianise, dotati inoltre di **impianti di cogenerazione ad alta efficienza**, che a

partire dal metano producono contemporaneamente diverse tipologie di energia.

I siti di Oricola e Marcianise presentano anche degli **impianti di trigenerazione**, in grado di produrre allo stesso tempo energia elettrica ed energia termica calda e fredda, mentre a Nogara è installato un impianto di **quadrigerazione**, che è anche in grado di soddisfare il 100% del fabbisogno di CO₂ della produzione di bevande nello stabilimento. Questa scelta contribuisce allo stesso tempo a ridurre i costi di fornitura e i consumi di energia primaria, e di conseguenza le emissioni derivanti.

Anche nel 2020 è stato confermato l'ottenimento della certificazione ISO 50001:2018 per il Sistema di Gestione dell'Energia degli stabilimenti di Nogara ed Oricola⁵.

Nel corso del 2020 l'intensità di emissione Scope 1 e Scope 2 Market Based si attesta a 25,3 gCO₂/lbp, registrando un calo del 42,5% rispetto al valore del 2010.

Verso la massima efficienza idrica

Lavoriamo costantemente per migliorare l'efficienza idrica nelle attività di ogni stabilimento e ridurre il consumo di acqua in rapporto ai litri di bevanda prodotta, anche attraverso continui investimenti in innovazione tecnologica.

Per essere utilizzata nei processi produttivi, l'acqua viene prima sottoposta a speciali trattamenti che ne assicurano la sicurezza microbiologica e la corretta concentrazione di sali naturalmente disciolti, secondo le precise caratteristiche organolettiche.

Sempre in virtù di una gestione responsabile dell'acqua, **trattiamo il 100% delle acque reflue che derivano dalle attività produttive**. Tutti i siti di produzione sono certificati a **livello Gold** con lo standard **European Water Stewardship (EWS)**, che valuta tutti i potenziali impatti ambientali e socio-economici derivanti dai processi industriali e da eventuali attività circostanti. Quest'anno tutti i siti hanno eseguito l'audit EWS di sorveglianza, svoltosi in modalità remota.



Il 100% di energia elettrica acquistata dalla rete nel 2020 da Coca-Cola HBC Italia proviene da fonti rinnovabili

Il 73% dell'energia totale utilizzata nel 2020 proviene da fonte rinnovabile e pulita⁶

1,56
intensità idrica nel 2020, ridotta del **20%** rispetto al 2010⁷

⁴ Ogni titolo è rilasciato da GSE (Gestore Servizi Energetici) per ogni MWh di energia elettrica immessa in rete, in conformità con la Direttiva 2009/28/CE.

⁵ Norma internazionale volontaria che contribuisce a garantire l'accesso ad un'energia pulita, affidabile e sostenibile.

⁶ Viene considerata "energia rinnovabile e pulita" l'energia elettrica acquistata dalla rete prodotta da fonti rinnovabili certificata tramite Garanzie di Origine e l'energia acquistata o autoprodotta da impianti di cogenerazione ad alta efficienza energetica.

⁷ Il valore relativo all'intensità idrica tiene in considerazione la sola acqua utilizzata ai fini produttivi.



IL PIANETA
A IMPATTO ZERO

Garanzia di qualità

Da sempre il nostro obiettivo è di offrire **bevande di altissima qualità** che soddisfino pienamente le aspettative dei clienti e dei consumatori. La sicurezza alimentare e il **mantenimento dei più elevati standard di qualità** dei prodotti sono punti fermi del nostro business.

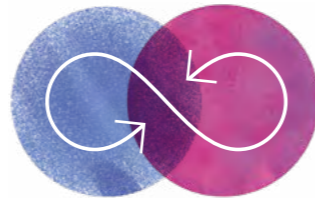
Durante l'anno 2020 tutti i processi produttivi italiani hanno superato con successo gli audit di certificazione volontaria di Qualità ISO 9001 e sicurezza alimentare FSCC22000.

L'attenzione alla sicurezza del prodotto viene garantita anche attraverso la fase di sanificazione, fondamentale all'interno dei cicli produttivi. La pulizia degli impianti avviene tramite diversi agenti chimici e naturali (acqua) che assicurano la rimozione di residui di prodotti precedenti e la proliferazione di microrganismi. **Ogni anno aggiorniamo il piano delle sanificazioni delle linee produttive** con l'introduzione di nuove metodologie di sanificazione o l'ottimizzazione delle stesse, al fine di **ridurre gli impatti energetici** e di utilizzo di risorse idriche, mantenendo sempre elevati standard di pulizia.

La sicurezza e la qualità alimentare sono temi profondamente sentiti e permeano la cultura aziendale.

In quest'ottica, dal 2007 organizziamo all'interno degli stabilimenti il **Total Quality Day, ossia una giornata interamente dedicata a qualità, sicurezza e ambiente**. In occasione dell'evento la produzione viene temporaneamente sospesa in favore di momenti di formazione dedicati ai dipendenti riguardo il controllo delle materie prime e degli standard qualitativi nei processi produttivi, la gestione sostenibile dei rifiuti e temi legati alla sicurezza, come la corretta movimentazione delle merci, le procedure d'emergenza in caso di incendio e il primo soccorso.

99,8%
di rifiuti da processi di
imbottigliamento destinati
al riciclo, avvicinandoci
allo "zero landfill"



Speciale innovazione

L'INNOVAZIONE PER L'EFFICIENTAMENTO DEI PROCESSI PRODUTTIVI

Innovare significa anche migliorare l'efficienza e l'efficacia complessive dei processi produttivi.

Nel 2020, in linea con la strategia del Gruppo abbiamo investito in nuovi **macchinari e linee di produzione tecnologicamente avanzate, in grado di garantire risparmi energetici, idrici, di aria compressa e di emissioni di CO₂**. Sono state così introdotte nei processi produttivi le ultime generazioni di macchinari in ambito alimentare, che garantiscono elevati standard di sicurezza alimentare e qualità dei prodotti, permettendo allo stesso tempo di **ottimizzare e ridurre il consumo energetico e idrico associato alla produzione**.

I processi di refrigerazione sono tra le principali cause di emissione di anidride carbonica, a fronte dell'elevato potenziale di riscaldamento globale degli idrofluorocarburi (HFC). Rendere tali processi più sostenibili è il nostro impegno principale in

questo campo. Il Gruppo Coca-Cola Hellenic Bottling Company ha fatto investimenti significativi per lanciare sul mercato macchinari che non utilizzano idrofluorocarburi, acquistando nuovi sistemi che **evitano il 99% delle emissioni dirette**, come primo passo verso il raggiungimento di questo obiettivo.

Nelle nuove linee sarà integrata la tecnologia manufacturing 4.0, che renderà possibile l'assistenza remota attraverso smart glasses, evitando gli spostamenti dei tecnici specializzati, con forti impatti sulle emissioni di CO₂.

Per quanto riguarda la sicurezza alimentare, il 2020 ha visto **l'introduzione di una nuova tecnologia di sciacquatrici ad aria**, che sostituisce le attuali ad acqua e assicura la rimozione di eventuali corpi estranei nei contenitori PET e nelle lattine prima della fase di riempimento, **permettendo contemporaneamente l'azzeramento del consumo idrico**.

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

IMBOTTIGLIARE E RICICLARE

Quando la bibita è pronta per essere confezionata, viene versata in decine di migliaia di contenitori **perfettamente puliti** e successivamente ermeticamente sigillati, etichettati, codificati e controllati ogni ora in moderni impianti automatici.

Una volta riempiti vengono divisi secondo la destinazione: le bottiglie di vetro **"a rendere"** sono riposte in cassette, mentre quelle **"a perdere"**, insieme alle bottiglie in PET e alle lattine, sono **sistemate in confezioni multiple**.

Durante la fase di imbottigliamento, il nostro impegno si sostanzia nel ruolo che attribuiamo al **packaging** utilizzato negli imballaggi: **non un rifiuto, ma una risorsa riciclabile e riutilizzabile infinite volte**.

Innovare in questa fase vuol dire **investire in soluzioni di packaging che siano sempre all'avanguardia**, collaborando con le Università per individuare **materiali alternativi**, studiare soluzioni in grado di ottimizzare e ridurre il peso degli imballaggi, e investire per ottimizzare costantemente le tecnologie utilizzate negli stabilimenti dedicati all'imbottigliamento.



20 milioni di euro
investiti in innovazioni tecnologiche
negli ultimi anni per ridurre il peso
e il volume degli imballaggi

I rifiuti, una nuova risorsa

Tutte le nostre bottiglie e lattine sono riciclabili al 100%: se riciclate correttamente possono avere vite innumerevoli e contribuire a ridurre così l'impiego di materie prime e le emissioni di CO₂. Inoltre, siamo sempre allo studio di **nuove tecnologie** che ci permettano di ridurre e ottimizzare il peso e il volume degli imballaggi.

Il nostro obiettivo è anche incoraggiare i consumatori a riciclare: **ci impegniamo a sostenere un'economia circolare** per le confezioni di plastica e lo facciamo su diversi livelli.

SONO QUATTRO LE AZIONI SU CUI CI SIAMO CONCENTRATI A LIVELLO DI PACKAGING:

1 UTILIZZO DI PET E rPET (PET RICICLATO)

Utilizziamo il PET (polietilene tereftalato) per le nostre bottiglie, materiale riciclabile al 100% e innumerevoli volte. Le bottiglie in PET, se correttamente conferite dopo l'utilizzo, possono trasformarsi in rPET e avere una seconda vita. Nel 2020 abbiamo introdotto sul mercato italiano bottiglie realizzate con il 50% di plastica riciclata (rPET), confermando l'impegno verso un'economia circolare e facendo un ulteriore passo avanti nel ridurre l'utilizzo di materie prime.

Le **bottiglie realizzate con il 50% di plastica riciclata** sono quelle dei prodotti **Coca-Cola, Coca-Cola Zero Zuccheri, Coca-Cola Senza Caffaina, Coca-Cola Light Taste, Coca-Cola Gusto Limone Zero Zuccheri** da 450 ml, **Fanta Original** da 450 ml e **FUZETEA** da 400 ml.

Per rendere ancora più condiviso questo impegno, le etichette delle bottiglie da 450ml di Coca-Cola Original

Taste e Coca-Cola Zero Zuccheri hanno abbandonato temporaneamente l'iconico colore rosso a favore di una **etichetta bianca con il messaggio "Riciclamici Ancora"**, un invito per sensibilizzare e incoraggiare i consumatori al riciclo.

A partire dal 1° gennaio 2021 è stata introdotta un'importante novità, ossia la rimozione del limite del 50% di utilizzo massimo di PET vergine vigente in Italia: questo ci permetterà di investire ulteriormente in questo ambito, incrementando l'utilizzo di materiale riciclato nelle nostre confezioni.



Oltre 1,5 milioni di euro
per l'acquisto di rPET nel 2020



-5,2%
di emissioni di CO₂
dei pack coinvolti grazie all'utilizzo di preforme con il 50% di rPET

World Without Waste

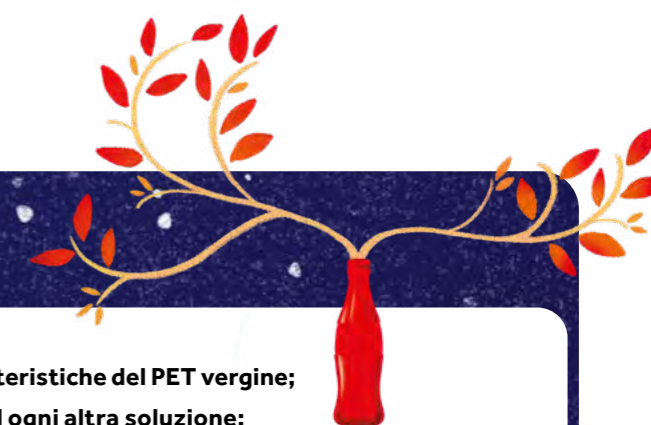
"World Without Waste" è il piano olistico predisposto da The Coca-Cola Company che fissa alcuni ambiziosi obiettivi che coinvolgono tutta la rete globale di partner dell'imballaggio di cui siamo parte. Lo scopo è di porre una **rinnovata attenzione all'intero ciclo di vita del packaging**, da come sono progettate e fabbricate bottiglie e lattine, a come vengono riciclate e riutilizzate.

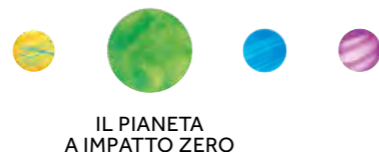
OBIETTIVI:

- Vendere in tutto il mondo **confezioni riciclabili al 100%** - In Italia questo obiettivo è già stato raggiunto
- Entro il 2030, **favorire la raccolta e il riciclo di ogni bottiglia o lattina vendute**, indipendentemente da che azienda verrà prodotta
- Sempre entro il 2030, **produrre bottiglie costituite per il 50% da materiale riciclato (rPET)**.

Perché rPET?

- **Riciclabile innumerevoli volte mantenendo le stesse caratteristiche del PET vergine;**
- **Minori emissioni di CO₂ generate per produrlo rispetto ad ogni altra soluzione;**
- **Segue il normale processo di raccolta differenziata della plastica: non servono sofisticati sistemi di compostaggio poco diffusi in Italia.**





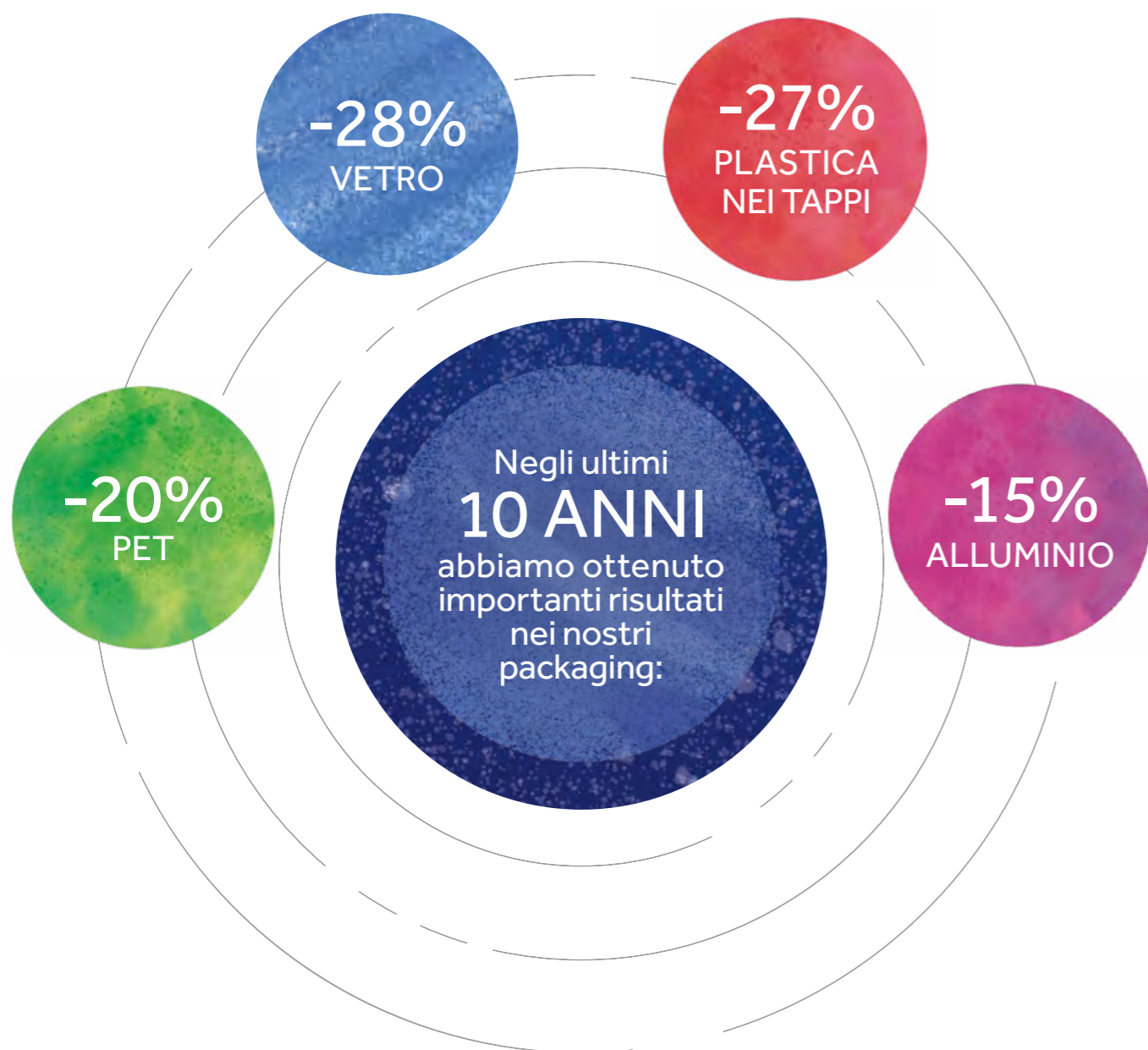
IL PIANETA
A IMPATTO ZERO

2 ECO-DESIGN

Continua il nostro impegno per ottimizzare il peso e il volume degli imballaggi, la cosiddetta tecnica della "sgrammatura", o "lightweighting": dagli anni '80 il peso delle bottiglie è diminuito sensibilmente (-45,7%), con una conseguente riduzione del PET utilizzato.

Nel corso del 2020 abbiamo introdotto ulteriori novità nella strategia di alleggerimento del peso, tra cui l'introduzione della preforma alleggerita da 36,5g sul formato 1,5L, **che ci ha permesso di ridurre le emissioni di CO₂ per questo formato del 4,12%.**

Con la rimozione del colore dalle bottiglie di Fanta Original e la riduzione della percentuale di colore nelle bottiglie di Sprite, inoltre, contribuiamo all'eliminazione di additivi e miglioriamo **la qualità del PET in circolazione**, che potrà essere riciclato più facilmente **in una nuova bottiglia trasparente.**



3 KeelClip™

Da quest'anno è stata introdotta **KeelClip™**, una soluzione innovativa di packaging che rappresenta la tecnologia più avanzata nella gestione delle confezioni multiple di lattine, permettendo di **eliminare completamente l'involucro in plastica**. Il sistema è costituito da una copertura superiore in cartone che si aggancia (clip) alle lattine e una parte centrale che stabilizza tutta la confezione, come la chiglia di un'imbarcazione (in inglese keel).

Il nuovo imballaggio utilizza esclusivamente cartone al 100% riciclabile certificato FSC, garantendo così che il prodotto sia stato realizzato con materie prime derivanti da foreste correttamente gestite.

GRAZIE AL NUOVO PACKAGING:

- Vengono sostituite le confezioni in plastica, permettendo di evitare l'immissione sul mercato di 450 tonnellate di plastica l'anno;
- Si riducono le emissioni di CO₂ in fase di produzione;
- Viene ridotto il volume dei rifiuti, minimizzando la quantità di cartone necessaria al confezionamento.

4 FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

In linea con il piano **"World Without Waste"**, Coca-Cola HBC Italia continua a sostenere progetti educativi legati alla sensibilizzazione dei consumatori sul tema del riciclo e dell'economia circolare.



Tra questi, **Upcycle**, il progetto realizzato in partnership con **COREPLA** (Consorzio Nazionale per la Raccolta della Plastica), volto a diffondere una corretta cultura riguardo al riciclo della plastica e dell'economia circolare e all'impegno dell'azienda in materia di sostenibilità ambientale: si tratta di un villaggio interattivo pensato per contrastare la disinformazione sulla plastica e per incoraggiare i consumatori a smaltire correttamente i pack dopo il consumo dei propri prodotti, sensibilizzando alla raccolta differenziata.

Nei primi mesi dell'anno, prima che scoppiasse l'emergenza sanitaria, abbiamo stretto una collaborazione con il nostro cliente Finiper per l'attivazione di Upcycle all'interno del Centro Commerciale Iper di Serravalle: 4 giorni di attività educative che hanno permesso di formare sui temi della sostenibilità oltre 2.000 consumatori.





IL PIANETA
A IMPATTO ZERO

A causa dell'emergenza sanitaria, **Upcycle è diventato poi virtuale**, entrando nel mondo della didattica a distanza. In collaborazione con CivicaMente, società specializzata nell'uso della tecnologia digitale per l'Educazione e la Formazione, con il consorzio nazionale imballaggi (Conai) e con i consorzi titolari della raccolta e il riciclo di vetro, plastica e alluminio a livello nazionale (CoReVe, Corepla e Cial), abbiamo creato una nuova piattaforma per sensibilizzare gli alunni delle scuole secondarie italiane sui temi dell'economia circolare e promuovere buone pratiche legate alla raccolta differenziata.

Questa nuova e innovativa versione di Upcycle è disponibile sulla piattaforma **www.educazionedigitale.it** e permette un'esperienza di apprendimento immersiva in **10 ambienti virtuali, con 100 focus contenutistici diversi**. Inoltre, i giovani utenti hanno l'opportunità di testare le competenze acquisite partecipando a una competizione che si concluderà premiando sia gli studenti più preparati sia i loro istituti di appartenenza con notebook, tablet e lavagne interattive LIM di ultima generazione.

Speciale innovazione

L'EFFICIENZA DELLE LINEE PRODUTTIVE

Il 2020 è stato caratterizzato da importanti investimenti tecnologici all'interno delle linee produttive.

È stata inaugurata una **nuova linea del vetro ad alta velocità**, a rendere e perdere, per l'imbottigliamento di Soft drink a **Nogara**: la velocità di produzione aumenta così del 40%, rendendo possibile la realizzazione di più formati, e di cambi formato più veloci. Inoltre, con l'installazione di una nuova macchina per il lavaggio delle bottiglie di vetro a rendere, le efficienze più alte e le nuove tecnologie consentono di risparmiare una quantità equivalente di 164.000 metri cubi di gas metano.

È stata avviata anche una **nuova linea di lattine per l'imbottigliamento di soft drink e di tè freddi a**

Marcianise, con l'installazione di una nuova macchina per il riempimento delle lattine alla temperatura di 18°C, con un impatto sull'energia consumata dallo stabilimento del -3%.

Sempre a Marcianise, è stata inaugurata anche una nuova linea di PET, che consente di produrre più formati, da 0,45l fino a 2l, in meno tempo. La nuova linea PET nel 2020 ha generato:

- **Risparmio di energia elettrica totale: 242 MWh/anno**
(-11,11% rispetto alle due vecchie linee)
- **Risparmio idrico totale: 4 000 m³/anno di acqua**
(-70% rispetto alle due vecchie linee)

LA SECONDA VITA DEI MACCHINARI

Il nostro approccio all'economia circolare non si limita al materiale di confezionamento ma **si estende alle linee produttive**, con l'obiettivo di dare una seconda vita ai macchinari dismessi e non più in uso. **I macchinari possono così essere utilizzati da altre piccole e medie imprese** del settore food and beverage, garantendo dei benefici economici e ambientali consentiti dallo smaltimento di macchinari produttivi di dimensioni considerevoli.

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

DALLA FABBRICA...

...AL CONSUMATORE

Le materie prime sono state reperite e assemblate, la bevanda prodotta attraverso diversi processi di lavorazione e infine imbottigliata: **è ora il momento della distribuzione**, ovvero tutte le operazioni che portano alla consegna del prodotto finito al cliente.

Questa fase è il risultato del lavoro di diversi attori, dai distributori ai magazzini che costituiscono un punto nevralgico, dai retailer alle piattaforme digitali: **tutti operano sinergicamente per assicurare la corretta consegna ai consumatori**.

Durante questa fase, ci impegniamo a **conciliare un continuo supporto ai clienti** - con l'ultima tappa che vede il prodotto arrivare nelle mani del consumatore - **programmando nel modo più efficiente possibile le operazioni di logistica e gli itinerari di distribuzione**.

Per noi, **innovare nella fase di distribuzione significa gestire la strategia logistica con una logica di costante innovazione**, ottimizzando le reti di distribuzione e degli itinerari per prevenire spostamenti e flussi di trasferimento inefficienti, oltre a integrare le migliori tecnologie nei punti vendita, a partire dalle frigo vetrine che conservano e refrigerano le bevande.





IL PIANETA
A IMPATTO ZERO

Eco-logistica

Con l'intenzione di rendere gli spostamenti sempre più efficienti e ridurre le emissioni di gas climalteranti a questi connessi, ci siamo focalizzati sull'**ottimizzazione della gestione dei flussi di trasferimento** tra i diversi poli produttivi. Sulla base dell'analisi dei dati, abbiamo implementato una serie di azioni volte a prevenire i percorsi meno funzionali: ne è conseguita una riduzione in

percorrenze stimata in 854.061 chilometri, e di conseguenza **un proporzionale risparmio di 788 tonnellate di CO₂ equivalente**⁸. Sempre in quest'ottica, nel 2020 abbiamo abbinato il viaggio di ritorno al viaggio di consegna attraverso la modalità round trip che ha permesso un'ulteriore diminuzione della percorrenza di 517.115 chilometri, **per un totale di 345 tonnellate di CO₂ equivalente risparmiate**⁹.

788
tonnellate di CO₂

risparmiate grazie all'**ottimizzazione dei trasferimenti** tra i siti produttivi

345
tonnellate di CO₂

risparmiate grazie all'**abbinamento contestuale del viaggio** di andata al viaggio di ritorno



Parola d'ordine: resilienza.

RIPENSARE ALLA LOGISTICA

Il contesto di emergenza ha rappresentato un momento di sfida anche per i sistemi logistici della nostra azienda: è stato, infatti, necessario **implementare diverse azioni** per andare incontro alle esigenze dei fornitori, **garantire il servizio al cliente** e **ottimizzare le tratte** e l'utilizzo dei mezzi di trasporto.

- Incremento della modalità **round trip**;
- Revisione delle giornate distributive delle consegne in funzione del calo dei volumi;
- Assegnazione differente delle tratte;
- Revisione dell'allocazione degli stock nei magazzini.

A seguito della chiusura dei bar e dei ristoranti, abbiamo deciso di offrire presso i nostri stabilimenti **pasti da asporto gratuiti agli autotrasportatori in transito**, permettendogli di dare continuità alla consegna di forniture alimentari alla grande distribuzione.

⁸ Considerando le emissioni well-to-wheels.

⁹ Riduzione calcolata tramite lo strumento web promosso da ECR Italia Ecologico.

Speciale innovazione

LOGISTICA GREEN

Promuoviamo l'utilizzo da parte dei nostri fornitori di **modalità di trasporto e mezzi volti a minimizzare l'impatto ambientale**: ad esempio, l'utilizzo nella tratta Nogara - Marcanise di mezzi alimentati a metano liquido (LNG) ha prodotto un complessivo risparmio pari a **34,5 tonnellate** di CO₂ equivalente.

Sono continuati anche nel 2020 progetti per l'efficienza ambientale: la tratta Nogara-Molfetta è stata completamente reingegnerizzata in ottica "**full green**", tramite l'adozione di un trattore stradale LNG per il primo tratto da Nogara al terminal ferroviario, il trasporto ferroviario fino a Giovinazzo (BA) e con utilizzo di mezzo LNG per il **last mile** al cliente.

È stato poi lanciato **Green Fleet**, il programma che pianifica la graduale conversione dell'attuale flotta auto da benzina e diesel a ibrido, elettrico o gas, con la previsione di consegnare nel 2021 oltre **100 auto elettriche alla popolazione aziendale**.

Nel corso dell'anno sono state infine realizzate un insieme di revisioni delle pallettizzazioni di alcuni prodotti, come le bottiglie **Coca-Cola in PET da 1,35L** e da **1,5L**, e le **lattine da 150ml**. Grazie all'incremento del numero di casse per pallet e ad una revisione dell'ingombro della bottiglia stessa, **sono stati trasportati 26.342 pallet in meno**, con una riduzione di 173.386 km percorsi e relative 110 tonnellate di CO₂ equivalente.

Frigovetrine eco-compatibili

Tutte le frigovetrine immesse sul mercato dal 2015 sono "**ecofriendly**": utilizzano come agenti refrigeranti idrocarburi (CO o HC) con un potenziale di riscaldamento globale (GWP) pari a zero. Dal 2018 è in corso un percorso di ammodernamento delle attrezzature con frigovetrine con tecnologia **I-Cool ("HFC free")** e con un sistema di gestione dell'energia (**Energy Management System**) che ottimizza il consumo in base all'effettivo utilizzo da parte del consumatore finale.

Il Gruppo ha inoltre sostenuto investimenti in efficienza energetica, promuovendo una **nuova generazione di frigovetrine**, oggi il 63% di quelle sul mercato, che permette di **ridurre di più del 50% il consumo di elettricità** e di usare refrigeranti che non danneggino l'atmosfera. Nel 2020, l'investimento in nuove frigovetrine, 10.000 unità, ha permesso di risparmiare, rispetto a quelle tradizionali, 10,2 milioni di kWh di energia elettrica in valore assoluto e il 5,8% in valore relativo (-3.594 tonnellate di emissioni di CO₂ annue).

Lavoriamo sempre per integrare le tecnologie più innovative in ogni campo: grazie alla nuova tecnologia "**Connected Coolers**" il nostro team commerciale, dotato di iPad, è in grado di valutare informazioni sullo stato di funzionamento delle frigovetrine in termini di controllo temperatura e utilizzo.



63%
dei refrigeratori
di Coca-Cola HBC Italia
sul mercato è ad alta
efficienza energetica



10.000
cooler ecofriendly
introdotti nel mercato nel 2020,
che hanno portato al risparmio
di **3.594t** di CO₂



IL PIANETA
A IMPATTO ZERO

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

Bevande responsabili

Siamo consapevoli della diretta relazione che intercorre tra alimentazione e benessere, oltre ad essere sempre attenti ai bisogni dei consumatori e alle evoluzioni delle loro abitudini di consumo. Questo binomio ci ha portati a impegnarci, da oltre un decennio, nell'adottare **iniziative concrete per incoraggiare i consumatori a controllare l'assunzione di zuccheri**, nel pieno rispetto delle loro esigenze e della loro salute, e in linea con le raccomandazioni delle istituzioni sanitarie mondiali tra cui l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità).

Per questo motivo, abbiamo sviluppato nel tempo un'ampia gamma di prodotti che rispondono a una domanda di **consumo consapevole**, ampliando la scelta di bevande a ridotto o nullo contenuto calorico, con **ingredienti naturali** e con **proprietà nutrizionali**.

Uno strumento fondamentale per promuovere un consumo responsabile è il canale del marketing: il modo in cui l'azienda comunica, commercializza e promuove i propri prodotti, dal packaging fino al formato, può essere anche l'occasione di trasmettere i valori aziendali e di sensibilizzare i consumatori, aumentandone la consapevolezza.

IN ITALIA

L'impegno di offrire ai consumatori una grande varietà di formati, capaci di rispondere a tutte le occasioni di consumo e agli stili di vita di vita, ha portato a risultati concreti, tra cui la crescita dei volumi di vendita delle bevande gassate a ridotto contenuto calorico, anche in Italia. Diversi gli aspetti coinvolti nel cambiamento:

- Formulazione: nel nostro Paese oltre il **62% dei prodotti** di The Coca-Cola Company venduti nel 2020 è a basso, ridotto o nullo contenuto calorico. Tra le cole il **21% delle vendite** è rappresentato da queste varianti, confermando una tendenza in crescita anno su anno.

- Piano di riduzione delle calorie: **+ 2% nel 2020**, rispetto all'anno precedente, nella categoria -5gr/zero calorie. Il sistema Coca-Cola, nel corso degli ultimi 10 anni, ha ridotto in media dell'11% la quantità di zucchero aggiunto per 100ml di prodotto. Inoltre, ha supportato l'impegno di ridurre la quantità di zucchero aggiunto di un ulteriore 10% entro il 2020 promosso da UNESDA, l'associazione che rappresenta l'industria europea delle bevande, e da ASSOBIIBE, l'Associazione nazionale di categoria che, nel sistema Confindustria, rappresenta, tutela e assiste le imprese che producono e vendono bevande analcoliche al fine di regolare le attività di promozione e di commercializzazione dei prodotti del settore.

- Confezioni: Coca-Cola HBC Italia, in linea con la strategia globale di The Coca-Cola Company per semplificare il controllo dell'assunzione di zuccheri, è stata tra le prime aziende a investire nella creazione di formati più piccoli e pratici. In questa direzione, l'azienda continuerà a sostenere negli anni una strategia commerciale che promuova mini-lattine e pack ridotti, per fornire la giusta quantità per ogni esigenza. Oggi Coca-Cola Original Taste, Coca-Cola Zero Zuccheri, Fanta e Sprite sono disponibili in formati più piccoli.



62%
dei prodotti
di The Coca-Cola Company
venduti nel 2020 in Italia è a contenuto
calorico ridotto, basso o nullo

A partire dal 2006 abbiamo adottato volontariamente il **Codice per l'autoregolamentazione delle attività** di promozione e commercializzazione dei prodotti del settore di ASSOBIIBE. Gli ambiti di intervento sono:

- **Astensione da attività di marketing nei canali**, online e offline, diretti a bambini sotto i 12 anni;
- **Astensione dalla vendita diretta nelle scuole primarie** (anche attraverso distributori automatici);
- **Astensione dalla vendita diretta nelle scuole secondarie di bevande zuccherate** (anche attraverso distributori automatici);
- **Disponibilità di formati più piccoli**;
- **Fornire informazioni nutrizionali aggiuntive in etichetta**, per porzione e con evidenziata l'incidenza percentuale rispetto ai valori giornalieri medi dei nutrienti;
- **Evitare promozioni che inducano a un consumo eccessivo per partecipare a manifestazioni a premio**;
- **Aumentare le attività di riformulazione e innovazione di prodotto**, con sempre più versioni a ridotto e/o nullo contenuto calorico. A partire da gennaio 2019, ci siamo ulteriormente impegnati a commercializzare nelle scuole secondarie solo bevande analcoliche a basso o nullo contenuto calorico come completamento all'acqua, in accordo con le autorità scolastiche e i genitori.

Speciale innovazione

DEMAND FORECASTING

Una corretta pianificazione della previsione di vendita permette miglioramenti sia dal punto di vista logistico, sia della disponibilità dei prodotti, con un miglioramento generale dell'efficienza. Dal 2019 lavoriamo al progetto **"Demand Forecasting"**, utilizzando tutti i dati disponibili sia internamente, sia da partner esterni.

Sfruttando approfondimenti analitici avanzati, abbiamo la possibilità di effettuare le migliori scelte strategiche promozionali sia per noi che per i nostri clienti, e di conseguenza avere sempre **meno prodotti prossimi alla scadenza, con una ricaduta positiva sugli stock di magazzino e sull'efficienza della nostra catena produttiva**.

Anche dal punto di vista promozionale, attraverso l'analisi dei big data è possibile rendere ancora più efficaci i nostri piani di promozione, riuscendo a capire quali sono i momenti migliori per lanciare una promo, o creando attività mirate su clienti specifici.





LAVORO

SPAZIO ALLE NOSTRE PERSONE



Salute e sicurezza

delle nostre persone al primo posto

Per il 5° anno consecutivo

ottenuto il titolo di

Top Employers Italia

Oltre 50.000 ore

di formazione erogate

60 dipendenti

coinvolte in 13 progetti "Agile"

Il Galateo dello smart working:

nuovi modi di lavorare





LE PERSONE, IL NOSTRO MOTORE

Le competenze e le qualità umane e professionali delle persone che fanno parte di Coca-Cola HBC Italia sono il fondamento di un'azienda in continua crescita, all'avanguardia all'interno del settore, capace di innovarsi costantemente e di affrontare il cambiamento in modo agile. Per questo motivo, e in linea con gli impegni della Missione Sostenibilità 2025, lavoriamo per creare per i nostri dipendenti un ambiente di lavoro dinamico, coeso e sicuro, dove sia assicurata la possibilità di crescita professionale.

Sono diversi i pilastri fondanti che guidano il nostro approccio: la **formazione e lo sviluppo delle competenze**, strumenti che ci permettono di rendere più qualificate le nostre persone e di prepararle ad affrontare le sfide di business dell'azienda; il massimo **rispetto dei diritti umani e delle pari opportunità**, che ci impegniamo a tutelare anche attraverso progetti di inclusione e valorizzazione delle diversità;

oltre al **benessere delle persone**, fattore imprescindibile per il successo della nostra azienda.

Siamo particolarmente attenti ad attrarre e a trattenere i profili più adatti per ogni posizione aziendale e, parallelamente, a identificare le risorse più brillanti sostenendole nella loro crescita professionale. Una leadership capace è una leva strategica chiave: in quest'ottica, realizziamo progetti e programmi che la valorizzino e strutturiamo un sistema di feedback e valutazione della performance applicato a tutte le funzioni aziendali. **Un indicatore fondamentale per la sostenibilità dei nostri piani di successione di carriera è quello che chiamiamo Change Leaders' Bench Strength**, che misura la consistenza della pipeline di successori per le posizioni chiave in azienda.

Per il 5° anno consecutivo

abbiamo ottenuto il titolo di **Top Employers Italia** da parte del **Top Employers Institute**, che certifica a livello globale le aziende che si sono distinte per le eccellenti condizioni di lavoro dei dipendenti.



Le competenze guidano il business

La formazione e lo sviluppo delle competenze sono fattori chiave per la crescita del capitale umano e leve strategiche che siamo costantemente impegnati a promuovere.

La piattaforma **HELO** (dall'inglese Hiring, Empowering and Learning Online), introdotta ad agosto 2017, nasce proprio con l'obiettivo di rafforzare questi aspetti, rendendo le **persone sempre più protagoniste del proprio percorso di crescita professionale**.

Helo, una piattaforma in continua evoluzione: le novità del 2020

LEARNER HOME

Una nuova sezione personalizzata che consente a ogni dipendente di **consultare e prenotare tutti i corsi a disposizione**, in italiano e in inglese, e di ricevere suggerimenti in base alle preferenze indicate. Ogni dipendente può inoltre salvare e condividere una "Learning Playlist" sulla base dei propri interessi e del proprio piano di sviluppo.

HELLEN

Un Chatbot interno che risponde in tempo reale ai quesiti dei dipendenti, tramite un sistema di messaggistica istantanea, su tematiche di **formazione e sviluppo**. L'assistente virtuale è in grado di intercettare le preferenze degli utenti e di suggerire contenuti e soluzioni formative personalizzate.

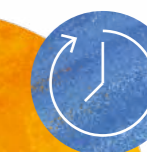
PERSONAL LEARNING CLOUD

Un tool risponde alle esigenze di formazione e sviluppo di ogni dipendente, come la necessità di lavorare su un feedback ricevuto, su come affrontare un nuovo ruolo o progetto, o come arricchire il piano di sviluppo individuale. Sul Personal Learning Cloud ogni dipendente ha a disposizione **oltre 1.500 contenuti tra cui può scegliere il training più adatto alle proprie esigenze formative**. La piattaforma riporta inoltre l'elenco completo dei Mentor e dei Coach interni che possono supportare il dipendente nel suo percorso di sviluppo personale e professionale.

"WE STAY CONNECT NOW MORE THAN EVER"

Corsi virtuali pensati per affrontare al meglio il periodo del lockdown: **come lavorare e gestire team in remoto in maniera efficace**, come lavorare con i colleghi anche a distanza, oltre a delle playlist formative sul tema del worklife balance, della gestione dello stress e della mindfulness.

Totale ore di formazione erogata nel 2020:
50.434





I nostri progetti di formazione e sviluppo

FAST FORWARD PROGRAM

Il Fast Forward Program è un **percorso di accelerazione dedicato ai dipendenti ad alto potenziale e che manifestano il desiderio di crescere in azienda ricoprendo ruoli più complessi**. È strutturato su diversi livelli in base al grado di leadership con complessità sempre crescenti. Nel corso dell'anno il percorso è stato convertito in modalità virtuale coinvolgendo 27 risorse.

FORMAZIONE COMMERCIALE

La formazione commerciale ricopre un ruolo centrale per l'azienda. È gestita da un team di 12 trainer specializzati nel coaching on the job e in attività formative in aula, con un **focus sullo sviluppo e sull'aggiornamento delle tecniche di vendita e negoziazione**. Il team è sempre alla ricerca di modalità formative alternative, orientate in particolare al digital learning e alla formazione sul mercato.

LINE MANAGER CAPABILITY TRAINING

Nel 2020 è stato lanciato il Line Manager Capability Training, un corso rivolto a tutti i manager dell'organizzazione, nato con l'obiettivo di far acquisire maggiori competenze per **un processo di selezione più efficiente e per migliorare la candidate experience**. Il corso, che ha coinvolto 257 persone, ha toccato temi di employer branding, talent acquisition e talent development, attraverso un approccio esperienziale.

LEARNING COMMUNITY DIGITALE

Nel 2020 abbiamo lanciato la prima Learning Community su Microsoft Teams, dedicata alla formazione e allo sviluppo, **aperta a tutti i dipendenti dei 28 Paesi del Gruppo**, con contenuti settimanali relativi alle nostre Leadership Capabilities.

MANAGEMENT TRAINEE PROGRAM E RISE

Il Management Trainee Program nasce con l'obiettivo di attrarre giovani talenti. A loro viene offerto uno **stage di tre mesi con un piano di inserimento e di formazione personalizzato**, che prevede affiancamento sul mercato, visite negli stabilimenti produttivi e lo sviluppo individuale di un progetto di business, da presentare a una commissione di Top Manager. Il programma, nelle sue nove edizioni, **ha consentito di formare oltre 175 ragazzi** e di inserirne la maggior parte in azienda con un contratto a tempo indeterminato.

A partire dal 2019 il programma si è evoluto nel **RISE Management Trainee Programme**, un percorso di formazione e sviluppo di 2 anni rivolto a studenti universitari e a giovani laureati di talento, che prevede l'inserimento a tempo indeterminato in azienda. Il fine ultimo è **individuare e accompagnare nella crescita i manager aziendali del futuro**, direttamente affiancati dai top leader.

Totale persone coinvolte: 177

OPPORTUNITY MARKETPLACE

Novità del 2020, è una piattaforma digitale che favorisce lo sviluppo di competenze sempre più trasversali. La piattaforma consente infatti di **proporre o partecipare a progetti di breve durata cross-funzionali e cross-country**. Nel 2020 sono stati pubblicati 243 progetti a livello di Gruppo e 83 persone in Italia hanno aderito all'iniziativa.

INTERNAL COACHING E INTERNAL MENTORING PROGRAM

Nel 2020 abbiamo lanciato un programma interno finalizzato alla **certificazione da coach** e abbiamo dato la possibilità ai dipendenti di prenotare **sessioni di mentoring con il pool di colleghi interni certificati**, scelti sulla base delle proprie esigenze e verificando anche profili e background degli stessi.



SPAZIO ALLE NOSTRE
PERSONE

IL COINVOLGIMENTO E IL BENESSERE DEI DIPENDENTI COME ELEMENTO INCLUSIVO

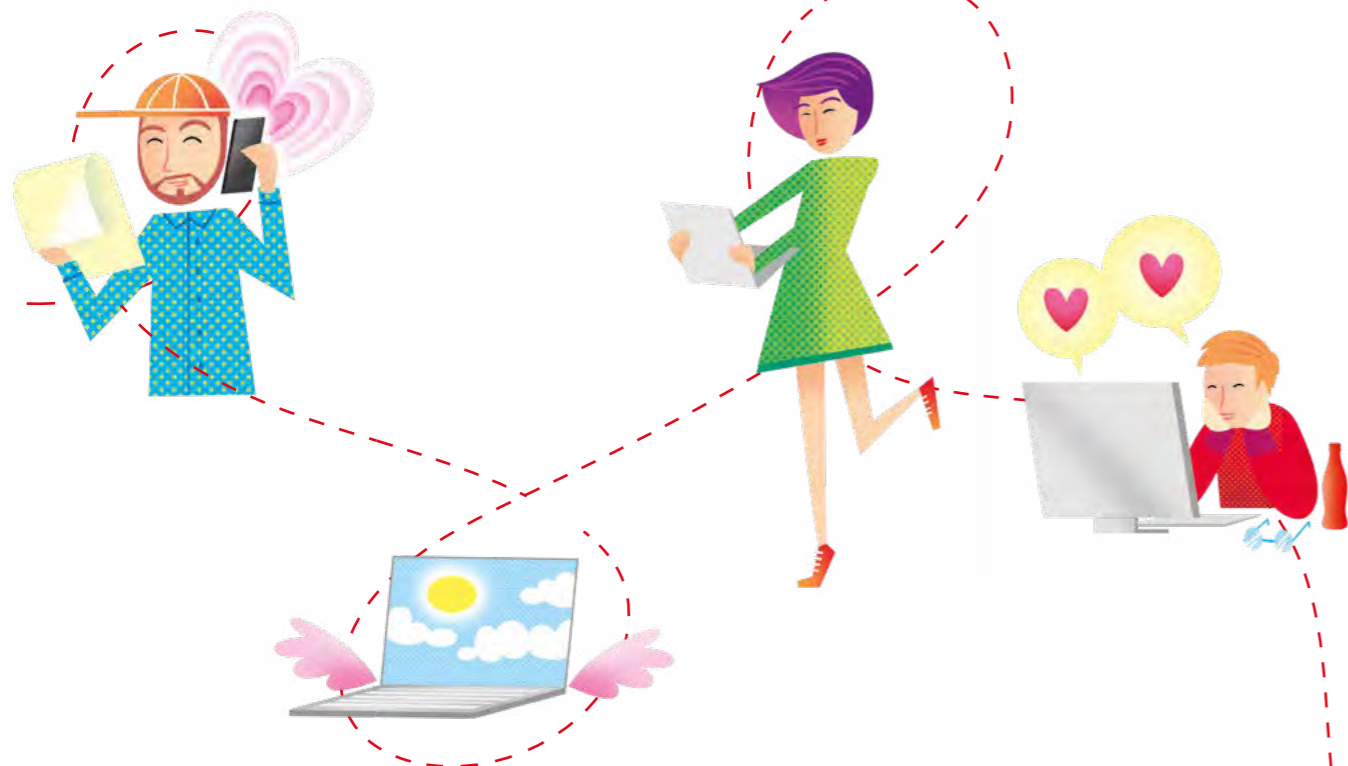
Il benessere e la soddisfazione dei dipendenti sono strettamente legati al coinvolgimento e al senso di appartenenza all'azienda. Sono fattori fondamentali per attrarre le migliori risorse e per mantenere un elevato profilo delle professionalità all'interno di Coca-Cola HBC Italia. Consapevoli di questo, da sempre ci impegniamo a **mettere al centro le persone** e a farle sentire parte di un'azienda mossa da una visione di lungo periodo.

L'ascolto della voce e dei bisogni dei nostri dipendenti è fondamentale per garantire il loro benessere e il loro sviluppo, ancora di più in un anno segnato dall'emergenza Covid-19 che ha radicalmente stravolto le abitudini lavorative, nonché di vita.

Il livello di engagement dell'organizzazione viene normalmente valutato attraverso due strumenti dedicati che permettono di rilevare punti di forza e aree di miglioramento.

Per il 2020, alla luce dell'emergenza sanitaria, abbiamo deciso di istituire **tre Pulse Survey, interamente focalizzate sul tema Covid-19**, che hanno coinvolto tutta la popolazione aziendale.

L'obiettivo è stato comprendere come le nostre persone stessero vivendo il momento, e di quale ulteriore supporto avessero bisogno, a seconda delle diverse modalità di lavoro (mercato, stabilimento, casa).



Sulla base dei risultati abbiamo di volta in volta definito una serie di azioni per rispondere prontamente alle esigenze emerse in relazione al contesto di emergenza. Tra le iniziative più importanti:



COMUNICAZIONE COSTANTE

Oltre a tutte le attività di comunicazione interna già in essere prima dell'emergenza, abbiamo voluto mantenere un flusso continuo di **comunicazione con tutte le nostre persone**, articolato attraverso differenti presidi, con l'obiettivo specifico di **ridurre almeno virtualmente le distanze imposte dal lockdown** e far sentire i dipendenti parte di una comunità coesa. Tra questi:

- **Live streaming** settimanali con il General Manager, con informazioni sull'andamento del business e messaggi di vicinanza;
- **Aggiornamenti settimanali** del Direttore delle Risorse Umane sulla situazione Covid-19;
- **Sessioni di domande e risposte** in tutte le funzioni con i diversi rappresentanti HR per dubbi o chiarimenti;
- **Momenti informali di connessione** all'interno dei vari team;
- **Un nuovo spazio interamente dedicato all'emergenza** sulla nostra intranet, costantemente aggiornato con tutte le informazioni utili e le iniziative messe in campo dall'azienda.



SUPPORTO PSICOLOGICO

Abbiamo messo a disposizione di tutti i colleghi un supporto competente a distanza. Uno **"spazio" di ascolto e condivisione guidato da psicologi esperti nella gestione delle emozioni in situazioni emergenziali.**



EAP

Abbiamo attivato un più esteso **Employee Assistance Program (EAP)**. Un **servizio anonimo e gratuito** dove i dipendenti possono entrare in contatto con specialisti a disposizione 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, in grado di fornire un supporto anche in riferimento a questioni non immediatamente legate all'emergenza, sia personali che lavorative. Il servizio, a disposizione anche per più di una sessione per persona, è stato esteso anche ai familiari.



COPERTURA ASSICURATIVA SANITARIA DEDICATA

Con l'obiettivo di essere concretamente **vicini alle nostre persone anche nelle situazioni di maggiore difficoltà**, abbiamo attivato una **specifico copertura assicurativa** con un'indennità in caso di ricovero causato da infezione, un'indennità da convalescenza e un pacchetto di assistenza post-ricovero per gestire al meglio il recupero della salute.



GYMPASS

Abbiamo stipulato una partnership con **Gympass**, la piattaforma che permette di scegliere tra numerose attività e discipline gestite dai più rinomati centri sportivi italiani, on-demand o in diretta, per tenersi in forma anche da casa negli orari preferiti.



SPAZIO ALLE NOSTRE
PERSONE



FAMILY DAY VIRTUALI

I dipendenti e i loro figli sono stati coinvolti in uno spettacolo di magia e illusionismo e un laboratorio interattivo. Con l'occasione, i partecipanti hanno inoltre ricevuto un voucher Netflix, pensato per poter trascorrere del tempo di svago durante il periodo di lockdown.



COACHING ANTI-FRAGILE

In occasione della ripartenza delle oltre **500 persone** che gestiscono il canale Ho.Re.Ca, particolarmente colpito da questa emergenza, abbiamo organizzato **15 sessioni di team coaching** rivolte al team nella sua interezza, in cui abbiamo analizzato, insieme ad esperti, lo stress causato dal lockdown e le paure della ripartenza in un mondo completamente nuovo, approfondendo infine la teoria dell'anti-fragilità come strumento utile per affrontare il cambiamento e trarne vantaggio.



VACCINI ANTI-INFLUENZALI

Vaccini anti-influenzali gratuiti dedicati ai dipendenti operanti in Lombardia.



IL GALATEO DELLO SMART WORKING

L'emergenza Covid-19 non ci ha colti preparati nel garantire il passaggio immediato allo smart working per tutti i colleghi degli uffici. **Già dal 2017, le persone potevano usufruire di 7 giorni al mese di remote working** grazie anche alla fornitura di tutti gli strumenti necessari a lavorare da casa, quali PC e telefoni aziendali. **Dal 2011 è attivo il telelavoro, utilizzato da circa 50 persone su tutto il territorio nazionale.** Inoltre, con la **monotimbratura**, introdotta nel 2013, è possibile timbrare il cartellino solo in ingresso o in uscita dall'azienda, permettendo alle persone di poter organizzare la giornata lavorativa sulle base delle esigenze personali.

Con lo scoppiare dell'emergenza, fin da subito abbiamo lasciato la possibilità di ritirare la sedia e il monitor dall'ufficio, così da permettere alle nostre persone di ricreare uno spazio adeguato a lavorare in casa.



Le nuove abitudini di vita durante il periodo di emergenza hanno rivoluzionato anche il modo di relazionarsi, ponendo anche il tema del bilanciamento tra vita privata e lavorativa. Con l'obiettivo di condividere buone pratiche e consigli utili, l'azienda ha pubblicato il **Galateo dello Smart Working**:

le linee guida si concentrano sulla corretta gestione e organizzazione dei meeting, sui comportamenti da adottare o da evitare durante le video-call e sugli orari preferibilmente da rispettare.

LA CONDIVISIONE DI CONOSCENZE E COMPETENZE

La **condivisione** è un valore che guida tutti i processi di gestione delle nostre persone. Anche nel 2020 abbiamo lavorato per mettere a punto gli strumenti migliori per facilitare lo **scambio di esperienze e di feedback** in modo agile e multidirezionale.

A livello di Gruppo, il piano strategico **Growth Story 2025** è volto a favorire la crescita e la competitività valorizzando il potenziale di tutti. In questo contesto si inserisce **Performance for Growth (P4G)**, un processo di valutazione che, attraverso app e strumenti innovativi, consente una continua e multidirezionale condivisione di feedback e obiettivi, performance e comportamenti. Si tratta di uno strumento che ci permette di avere più visibilità sullo sviluppo delle persone e, nel caso, di intervenire sulla performance in corso.

Per rafforzare e promuovere lo spirito di coesione aziendale, dal 2019 abbiamo lanciato il primo social interno di Coca-Cola HBC, **This is Me App**, che permette di entrare in contatto con tutti i colleghi, in Italia e del Gruppo. Tramite This is me App è possibile condividere, attraverso foto e video, momenti delle proprie giornate lavorative: incontri, corsi di formazione, eventi, team building e molto altro ancora.

DIRITTI UMANI E INCLUSIONE

Coca-Cola HBC Italia si impegna a garantire **pari dignità e opportunità a tutte le persone**. Operiamo affinché le differenze di qualsiasi genere siano considerate e valorizzate come patrimonio dell'azienda, per renderla giorno dopo giorno più inclusiva.

Questo approccio è il riflesso degli indirizzi della Policy sui Diritti Umani di Coca-Cola HBC. La policy si ispira ai principi espressi nei principali documenti internazionali in merito ai diritti dell'uomo e pone le basi per impegnarsi a prevenire, individuare e impedire qualsiasi violazione dei diritti umani nell'ambito della nostra attività d'impresa, attraverso appositi processi di due diligence e conformità preventiva in materia. **Principi che applichiamo alle nostre persone come ai partner con cui collaboriamo.**

Garantiamo un luogo di lavoro dove sono costantemente e fattivamente promosse pari opportunità e dove non si verificano discriminazioni o molestie legate a razza, sesso, colore, provenienza o appartenenza sociale, religione, età, disabilità, orientamento sessuale, credo politico o altro status protetto dalla legge.

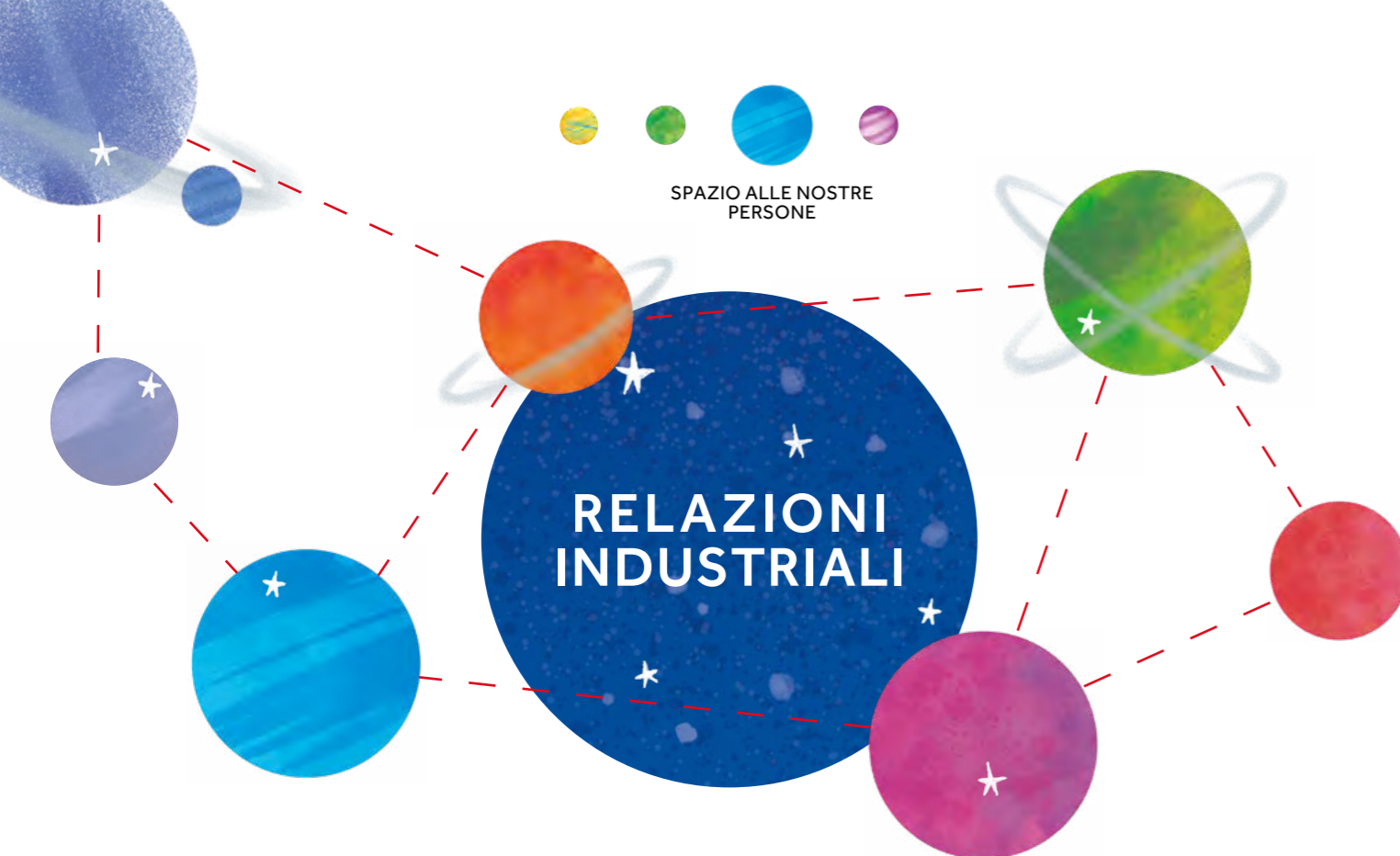
In linea con le indicazioni del Gruppo sono state definite apposite procedure che consentono ai dipendenti di

segnalare comportamenti ritenuti in contrasto con le leggi o gli usi, di esprimere dubbi sulla policy aziendale o di segnalarne eventuali violazioni. I dipendenti possono effettuare le proprie segnalazioni, anche in modo anonimo, con diverse modalità: coinvolgendo il responsabile della funzione o l'Ethics and Compliance Officer oppure contattando il Dipartimento di Internal Audit e in particolare il COBC (Code of Business Conduct) Manager.

È stata inoltre creata **Speak Up!**, la linea di assistenza per l'etica e la compliance di Coca-Cola HBC Italia, in cui è possibile fare segnalazioni telefoniche o per iscritto, anche in forma anonima. A seguito di una segnalazione ci impegniamo a effettuare le dovute indagini e a intraprendere ove necessario le azioni correttive per reagire alle violazioni.

Nel pieno rispetto della Policy adottata, nel corso del 2020 non sono state registrate segnalazioni per violazioni relative ai diritti umani.

In linea con la Convenzione ILO n. 138 rispettiamo inoltre le normative locali sull'età minima per il lavoro e non assumiamo dipendenti minori di 18 anni per posizioni in cui siano previste mansioni pericolose, come da Convenzione ILO n. 182.



Il nostro sistema di relazioni industriali è basato **sul coinvolgimento delle principali organizzazioni sindacali nei vari aspetti della vita aziendale**, anche attraverso il confronto con i Comitati di indirizzo dell'industria alimentare e gli enti bilaterali di settore.

Teniamo confronti regolari e strutturati con le organizzazioni sindacali sui temi della legislazione del lavoro e della contrattazione collettiva, oltre che sugli accordi integrativi di secondo e terzo livello. Esiste dunque un sistema di relazioni articolato, non solo in ordine al CCNL, ma anche per gli accordi integrativi aziendali che disciplinano specifici aspetti del rapporto di lavoro, quali le politiche per le pari opportunità, il welfare aziendale, l'utilizzo di forme flessibili di lavoro come il telelavoro o lo smart working.

Al fine di facilitare il confronto con il sindacato, organizziamo incontri periodici con le rappresentanze sindacali unitarie, le segreterie territoriali e le segreterie nazionali.

In particolare, le due riunioni annuali di coordinamento previste con gli organismi sindacali nazionali costituiscono un'occasione di discussione per diversi argomenti, oltre a essere la sede nella quale illustriamo le **linee programmatiche del piano industriale**. Inoltre, sono costanti gli incontri

territoriali e a livello di sito produttivo per una attenta gestione di varie tematiche. Riteniamo molto importante il coinvolgimento delle organizzazioni sindacali, in particolar modo in caso di modifiche organizzative strutturali, al fine di permettere la formulazione di osservazioni e proposte da parte del sindacato.

Le relazioni sindacali in corso permettono un confronto ampio anche su aspetti legati a salute e sicurezza dei lavoratori. In tutti i casi rispettiamo il periodo di comunicazione minimo in conformità alle leggi e agli accordi collettivi nazionali, con tempistiche variabili in base al tipo di strumento che si rende necessario adottare. Ad esempio, in caso di modifiche organizzative come il trasferimento di attività o licenziamenti collettivi, il periodo minimo di preavviso fornito ai dipendenti o ai rappresentanti dei dipendenti è di 4 settimane. Nelle riunioni annuali di coordinamento con gli organismi sindacali nazionali è inoltre possibile trattare **argomenti che interessano tutta la forza lavoro**, cui possono seguire ulteriori riunioni su richiesta dei sindacati. Infine, per poter assicurare un coordinamento sindacale con le altre country del Gruppo, con il team di relazioni industriali partecipiamo attivamente alle sessioni del CAE (Comitato Aziendale Europeo).



PRIORITÀ: SALUTE E SICUREZZA

L'impegno per garantire la salute e la sicurezza delle nostre persone rappresenta una **condizione fondamentale per lo svolgimento di tutte le attività**: vogliamo assicurare un ambiente di lavoro **salubre e sicuro per tutti**, riducendo al minimo i rischi per il personale, appaltatori, subappaltatori, fornitori, trasportatori che operano presso le nostre sedi e per i visitatori che accedono agli spazi aziendali. In quest'ottica, **nel 2020 abbiamo rafforzato gli strumenti per la prevenzione del contagio da Covid-19**, degli infortuni, delle malattie professionali sui luoghi di lavoro e abbiamo individuato, anche con il contributo dei dipendenti, alcune azioni di miglioramento nell'ambito Health&Safety.

La gestione delle persone durante l'emergenza

Il 2020 è stato un anno particolarmente sfidante a causa dell'epidemia mondiale da Covid-19 che ha colpito duramente il nostro Paese.

Fin da subito, Coca-Cola HBC Italia ha agito per **contrastare la pandemia mettendo in sicurezza tutta la popolazione aziendale e tutti i collaboratori**, a partire dai dipendenti fino ad arrivare ad appaltatori, subappaltatori, fornitori e trasportatori che frequentano gli stabilimenti. **È stato adottato un approccio proattivo e anticipatorio nell'implementare tutte le misure necessarie**, a volte anche più restrittive rispetto a quelle governative, in accordo ai protocolli anti-contagio Covid-19 del Gruppo. Abbiamo portato avanti una continua e costante collaborazione tra i diversi team, adottando un approccio cross-funzionale e di cooperazione per poter tradurre i regolamenti anti-contagio imposti a livello nazionale e regionale, e quelli interni del Gruppo, in procedure e regole pratiche.

In riferimento alla gestione in sicurezza di appaltatori, subappaltatori, fornitori e trasportatori, abbiamo predisposto: **una fornitura giornaliera di Dispositivi di Protezione Individuale ad ogni accesso presso**

gli stabilimenti, la misurazione della temperatura all'ingresso e auto-misurazione della stessa presso la sala medica di stabilimento; una serie di procedure stringenti sui comportamenti da adottare e regole ferree per la permanenza all'interno degli stabilimenti. Ci siamo impegnati a promuovere l'adozione di tutte le procedure di sicurezza stabilite attraverso un'intensa comunicazione e informazione costante; reminder delle regole da rispettare; visual management disponibile per tutti all'interno degli stabilimenti e sull'intranet aziendale nella sezione specifica Covid-19.

Un approccio analogo è stato adottato anche in riferimento alla funzione commerciale, fornendo ai dipendenti un **kit anti-contagio in aggiunta ai consueti dispositivi di protezione individuale**, e procedure stringenti sui comportamenti da adottare sul mercato per poter contrastare la diffusione del Covid-19 e permettere il rientro a casa dei colleghi in sicurezza.

In riferimento ai dipendenti in sede, fin dall'inizio della pandemia le attività lavorative sono state svolte in smart working come indicato nel protocollo governativo.

Il sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro all'interno dei nostri processi aziendali viene implementato attraverso il **rispetto dello standard volontario di certificazione ISO 45001** introdotto nel 2019. Nel 2020 i siti sono stati sottoposti ad audit di sorveglianza in modalità remota.



SPAZIO ALLE NOSTRE
PERSONE

Siamo impegnati nel sensibilizzare i nostri dipendenti nell'applicare pratiche di sicurezza dentro e fuori l'ambiente di lavoro. È proseguito anche nel 2020 il progetto **Behavior-Based Safety (BBS)**, che promuove i comportamenti positivi e sicuri dei dipendenti, facilitando l'individuazione di comportamenti rischiosi e riducendone l'incidenza tramite il coinvolgimento dinamico e diretto dei dipendenti.

Nel 2020 il progetto è stato utilizzato anche per verificare il rispetto delle regole anti-contagio Covid-19 e, nonostante la pandemia in corso, ha raggiunto il suo completamento presso le aree logistiche dello **stabilimento di Marcianise** utilizzando lo strumento del coaching on-line.

192
dipendenti
di Coca-Cola HBC
Italia

90
dipendenti
dei provider
logistici

formati secondo
il protocollo BBS

Il numero di infortuni sul lavoro è diminuito rispetto al 2019 (16 vs 20)¹⁰ mentre il numero di giorni di assenza da lavoro è aumentato (664 giorni persi per infortunio nel 2020 contro i 281 nel 2019). Anche per il 2020, le principali tipologie di infortunio sono le seguenti: incidenti stradali, molto spesso subiti (ad esempio tamponamenti), movimentazione manuale dei carichi, cadute in piano, scivolamenti e inciampi. Monitoriamo i risultati dell'indicatore LTAR (Lost Time Accident Rate) che include tutti gli infortuni con almeno 1 giorno di prognosi escluso il giorno di accadimento (sono esclusi dal conteggio gli infortuni in itinere), valutando dunque il numero di infortuni occorsi ogni 100 FTE (full-time equivalent). Si registra un trend dell'indicatore in decrescita (0,88 nel 2020 vs 1,09 nel 2019).

Durante il 2020, nonostante la pandemia, sono stati formati come osservatori BBS oltre 400 persone della funzione commerciale itinerante sul territorio nazionale, e sono stati osservati e analizzati oltre 4.000 comportamenti, contribuendo a migliorare le attività quotidiane della funzione.

Nel 2020, i programmi di formazione su salute e sicurezza sono stati erogati prevalentemente in modalità a distanza, in accordo ai protocolli governativi vigenti in termini di emergenza sanitaria Covid-19. Sono stati confermati i **Toolbox talk (1.891)** e i **Walk the talk (1.226)**: incontri informali tra i manager dei siti produttivi e il personale di linea e tra i team della funzione Sales, finalizzati a individuare le aree di miglioramento dei processi gestionali e della prevenzione degli infortuni.

Un ruolo fondamentale nel promuovere e consolidare ulteriormente le pratiche più corrette in ambito di salute e sicurezza sul lavoro è rivestito dai **Country H&S Committee**; **incontri trimestrali effettuati da 13 membri nominati dal General Manager**. Durante gli incontri, vengono condivisi i risultati H&S ottenuti, stabiliti nuovi obiettivi, analizzati i trend degli indicatori monitorati, definiti i principali progetti annuali, oltre a discutere delle principali problematiche in ambito salute e sicurezza sul lavoro.

A partire da giugno 2020 è stato inoltre istituito il **Country RLS Committee**, un momento d'incontro su base trimestrale che coinvolge **26 membri nominati dal General Manager, inclusi i rappresentanti dei lavoratori**.

Si tratta di un momento volto a consolidare e incrementare la cultura e la consapevolezza in ambito H&S mediante una sempre più crescente partecipazione e consultazione dei lavoratori sulle tematiche specifiche, rafforzando la collaborazione con gli stessi, con il fine di raggiungere i più alti standard di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro anche in accordo a quanto previsto dalla norma ISO 45001:2018.

IL NOSTRO MESSAGGIO PER IL FUTURO

Un appuntamento dedicato ai temi H&S

Nel 2020 ha avuto luogo la decima edizione della **Health & Safety Week**, il più importante tra i tanti appuntamenti che il Gruppo dedica ai temi legati alla salute e alla sicurezza sul luogo di lavoro. Un'occasione che aiuta a ricordare che "la sicurezza inizia da noi", e che ogni azione o comportamento può influire sul benessere dei nostri colleghi, familiari o amici.

Nel corso di questa settimana sono stati approfonditi temi rilevanti come la sicurezza negli stabilimenti, la sicurezza stradale, l'ergonomia a casa e in ufficio e il benessere psicofisico. A introdurre i diversi argomenti sono state le riflessioni di alcuni colleghi, appartenenti a diverse funzioni aziendali, che hanno deciso di raccontare da chi sono stati ispirati e motivati a lavorare in sicurezza.

Speciale Innovazione - L'approccio Agile

In uno scenario in continua evoluzione e in un mercato del lavoro in costante cambiamento, per rimanere competitivi è necessario evolversi. Per questo motivo dal 2019 il Gruppo Coca-Cola Hellenic Bottling Company ha deciso di adottare **l'approccio Agile**, che permette di focalizzarsi sullo sviluppo delle persone - delle loro competenze e capacità - più che sui processi, assicurando un'elevata qualità delle soluzioni in linea con le reali necessità del cliente o consumatore. La pandemia Covid-19 e il successivo lockdown hanno rappresentato un ulteriore acceleratore nell'adozione dell'approccio.

I DIVERSI PUNTI CHIAVE DI QUESTA NUOVA MODALITÀ DI LAVORO:

- **team cross-funzionali**, snelli e focalizzati, con al proprio interno tutte le competenze necessarie per raggiungere l'obiettivo;
- **auto-organizzazione delle persone del team** che segue una serie di pratiche comuni in ottica di engagement e responsabilità;
- **suddivisione del lavoro in cicli**, all'interno dei quali si svolgono le attività a maggior valore e al termine delle quali si possono ridefinire le priorità;
- **feedback**, dato dal mercato o da diversi stakeholder, come motore fondamentale dell'apprendimento e guida che permette al team di trovare la strada migliore per raggiungere l'obiettivo prefissato;
- **un metodo di lavoro in team focalizzato e flessibile** con periodici momenti dedicati alla riflessione sul modo di funzionare e collaborare, in ottica di continuo miglioramento.

L'approccio Agile è stato adottato nel 2020 per gestire alcune delle **iniziative strategiche più importanti**. Tra queste, l'identificazione di un piano a supporto del rilancio del canale Ho.Re.Ca. duramente colpito dall'emergenza; un'analisi degli impatti del Covid-19 a breve, medio e lungo termine per identificare le aree di opportunità per la crescita del business per il 2020 e il 2021; e infine una disamina dell'impatto delle nuove possibili tassazioni per identificare la giusta offerta anche in risposta alle nuove esigenze emerse durante la pandemia.

13
progetti avviati
con il metodo Agile

60
dipendenti coinvolti

33
persone di Coca-Cola HBC Italia hanno seguito corsi di formazione della Scrum Master Alliance, certificazione che promuove e persegue la visione dell'approccio Agile

¹⁰ Infortuni occorsi al personale dipendente.



COMUNITÀ

MISSIONE TERRITORIO



74.000 giovani

coinvolti nel progetto #YouthEmpowered
di cui 23.500 nel 2020

2,5 milioni dei nostri prodotti

donati ad oltre 30 ospedali e 24 associazioni del territorio

5.200 dispositivi

di protezione individuale destinati agli ospedali

1,3 milioni di euro

investiti a supporto del canale Ho.Re.Ca

1,4 milioni di euro donati

a Croce Rossa Italiana durante
la prima fase dell'emergenza



OLTRE IL CONSUMATORE

MISSIONE TERRITORIO

Dalla quasi centenaria presenza sul territorio italiano deriva la nostra responsabilità verso il Paese e le comunità nelle quali operiamo. All'impatto economico e occupazionale - diretto e indiretto - generato dalla nostra azienda si affianca una politica di investimenti che ha ricadute positive per la comunità in ambito ambientale e sociale.



Fondazione
Coca-Cola
HBC
Italia

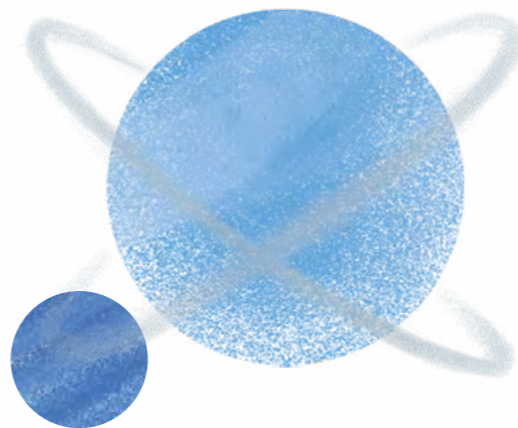
Sosteniamo così un circolo virtuoso che supporta la crescita del territorio e in parallelo la competitività dell'impresa. Questo impegno è storicamente condiviso con la nostra **Fondazione Coca-Cola HBC Italia**, creata nel 2005 con l'obiettivo di promuovere progetti di carattere sociale rivolti alle comunità locali.

Al fianco delle nuove generazioni

Un pilastro del nostro impegno è il supporto ai giovani nell'orientamento al lavoro. Si inserisce in quest'ambito il programma **#YouthEmpowered**, attivo in tutti e **28 i Paesi in cui il Gruppo è presente**, che si propone di aiutare i ragazzi di età compresa tra i 16 e i 30 anni nel percorso di conoscenza personale delle proprie attitudini, le cosiddette **life skills**, così come nell'acquisizione delle **business skills**, ovvero competenze professionali utili all'ingresso nel mondo del lavoro.

A causa dell'emergenza Covid-19 e alla conseguente chiusura delle scuole, il progetto, che solitamente prevede il coinvolgimento dei giovani anche attraverso workshop in presenza, nel 2020 è stato svolto quasi interamente online, tramite corsi erogati sulle piattaforme dei nostri partner e webinar dedicati.

I nostri dipendenti, coinvolti nei workshop in qualità di mentori, hanno potuto raccontare ai giovani la propria esperienza lavorativa e offrire consigli per supportarli nel loro percorso futuro.



YouthEmpowered - principali partnership

JUNIOR ACHIEVEMENT

Nel 2020 è proseguita la partnership con Junior Achievement Italia, la più vasta organizzazione non profit al mondo dedicata all'educazione economica e di business management nelle scuole. L'integrazione tra il nostro programma **#YouthEmpowered** e il percorso di educazione imprenditoriale rivolto agli istituti superiori **Impresa in azione** di Junior Achievement Italia ha permesso a 11.500 studenti di potenziare le proprie competenze soft e hard attraverso un'esperienza imprenditoriale interattiva e pratica: le classi partecipanti sono chiamate a costituire e a curare la gestione di mini-imprese. In quest'occasione, la piattaforma www.impresainazione.it ha messo a disposizione degli studenti i moduli online di **#YouthEmpowered** e numerosi webinar.



A conclusione del programma **Impresa in azione**, Fondazione Coca-Cola HBC Italia ha, inoltre, lanciato la seconda edizione del premio **Girls in STEM**, che incentiva le giovani studentesse a intraprendere percorsi universitari e di carriera nel mondo scientifico. Le cinque vincitrici hanno avuto l'occasione di partecipare a un incontro di mentorship con 4 donne manager di Coca-Cola HBC Italia, che hanno condiviso le proprie esperienze personali e professionali utili a consigliarle e ispirarle.



A SOSTEGNO DELLA DIDATTICA DIGITALE

Per supportare ulteriormente docenti e ragazzi nel passaggio alla didattica a distanza e confermare la vicinanza alla comunità, la Fondazione Coca-Cola HBC Italia ha deciso di donare, in collaborazione con il **Comune di Marcianise**, 100 tablet da destinare ad altrettante famiglie del territorio con difficoltà economiche o che non disponevano degli strumenti adeguati a seguire le lezioni online.

CIVICAMENTE

Per il quarto anno consecutivo abbiamo rinnovato la partnership con Civicamente, società specializzata nell'uso della tecnologia digitale per l'educazione e la formazione. In un periodo in cui la didattica digitale rappresentava l'unico canale di insegnamento, attraverso la piattaforma **Educazionedigitale.it** gli insegnanti hanno ricevuto gratuitamente contenuti qualificati e tools interattivi, utili a sensibilizzare la scuola su temi quali la cittadinanza attiva, la cultura europea, la salute e gli stili di vita, la sicurezza stradale, l'ambiente e l'energia. In quest'ottica, quasi 12.000 ragazzi hanno partecipato ai training di **#YouthEmpowered sulla piattaforma**.



AL FIANCO DI PAROLE O_STILI PER SENSIBILIZZARE I GIOVANI SULL'IMPORTANZA DELLA REPUTAZIONE ONLINE

In linea con i valori di inclusione e di valorizzazione delle diversità che contraddistinguono la nostra azienda, abbiamo deciso anche nel 2020 di essere al fianco di **Parole O_Stili**, il Festival della comunicazione non ostile che nella sua quarta edizione ha preso vita online con il titolo **"Si è ciò che si comunica"**. Insieme all'associazione abbiamo organizzato un webinar **#YouthEmpowered** focalizzato sulla reputazione online per sensibilizzare i ragazzi sull'importanza di un corretto utilizzo dei social network e della tutela della propria immagine.

In quest'occasione, Coca-Cola HBC Italia ha inoltre firmato il **"Manifesto della comunicazione non ostile e inclusiva"**, una nuova carta etica che elenca dieci principi di stile utili a migliorare i comportamenti sul web. Un impegno di responsabilità condivisa che vuole rendere internet un luogo accogliente e sicuro per tutti¹¹.

¹¹ <https://paroleostili.it/inclusione/>



INSIEME, NELLE COMUNITÀ

Crescere insieme alle comunità significa qualificare la nostra presenza nei territori: non vogliamo limitarci a essere presenti, ma esserci in maniera proattiva e propositiva.

In linea con gli obiettivi individuati nella **Missione Sostenibilità 2025 di Gruppo**, ci impegniamo a promuovere sul territorio iniziative di carattere sociale e culturale. Il nostro impegno si concretizza direttamente, attraverso le attività di volontariato delle nostre persone, e attraverso partnership che ci consentono di estendere e rafforzare la rete di legami sul territorio.

I nostri principali progetti

LA NUOVA SALA DI BALLO NELLA PALESTRA MADDALONI DI SCAMPIA

Dal 2016 Coca-Cola HBC Italia sostiene la **"Star Judo Club"**, un'associazione attiva nell'area di Scampia, in provincia di Napoli, la cui sede è rappresentata dalla palestra fondata e guidata dalla **Medaglia d'Oro Olimpica di Judo Pino Maddaloni e da suo padre Gianni**. I fondatori hanno deciso di rimanere a Scampia per dare alle giovani generazioni provenienti da contesti familiari difficili un orientamento per il proprio futuro attraverso i valori dello sport.

Nel 2020 abbiamo voluto dimostrare la nostra vicinanza all'associazione sostenendo, insieme a Fondazione Coca-Cola HBC Italia, le spese per la **costruzione di una sala di danza all'interno della palestra**: un'area completamente rinnovata in cui le ragazze e i ragazzi del quartiere possono frequentare le lezioni di ballo tenute gratuitamente dalla Star Judo Club.



BANCO ALIMENTARE

Anche nel 2020 siamo stati a fianco di **Fondazione Banco Alimentare**, nostro partner da oltre 10 anni, sostenendo il sistema logistico attraverso cui è gestito il recupero, il confezionamento e la distribuzione ad associazioni e organizzazioni sul territorio nazionale delle donazioni, ma soprattutto delle eccedenze di prodotti alimentari, limitandone lo spreco.

L'emergenza Covid-19 ha moltiplicato gli sforzi dell'associazione per rispondere ai bisogni delle persone in difficoltà, cresciute in maniera esponenziale (più del 40% richieste di supporto). Mai come in questo periodo è stato rilevante riscoprire l'importanza della solidarietà e ribadire il nostro sostegno a Banco Alimentare. Per questo, in occasione della nostra tradizionale campagna di Natale, abbiamo lanciato un progetto che ha permesso di raccogliere prodotti alimentari per almeno **2 milioni di pasti**. Siamo stati al fianco di Banco Alimentare anche durante la **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**, con un importante supporto che ha aiutato la logistica in un momento in cui le restrizioni imposte dall'emergenza hanno costretto l'associazione a dover rinunciare all'ausilio di molti volontari.

Partnership solidali

Crediamo fortemente nel motto **"l'unione fa la forza"** e per questo abbiamo cercato di coinvolgere nell'iniziativa più persone e partner possibili. Insieme ad **Amazon.it** abbiamo reso possibile acquistare sulla piattaforma tre tipologie di Coca-Cola Christmas Box in edizione limitata: grazie al ricavato, Banco Alimentare ha potuto distribuire pasti gratuiti per le persone in difficoltà. Inoltre, attraverso la formula Menu Pausa Perfetta, nata dalla collaborazione con **Autogrill**, sono stati donati altri **214.000 ulteriori pasti**.

Anche i nostri dipendenti hanno contribuito a sostenere Banco Alimentare in occasione del **Family Day**, che lo scorso anno si è svolto completamente in modalità digitale. Un momento di festa live intitolato **"Una poltrona per 2mila"** rivolto ai colleghi e alle loro famiglie, al termine del quale si è aperto il tradizionale mercatino di Natale Coca-Cola, in versione e-commerce.

Grazie alla loro straordinaria generosità, abbiamo raggiunto la cifra di **34.800 euro** che sono stati donati interamente a Banco Alimentare.





IN PRIMA LINEA PER L'INCLUSIONE


Il nostro impegno nel promuovere la diversità e l'inclusione si concretizza in primo luogo nella relazione con le nostre persone: i soli presupposti per l'assunzione, l'impiego, la formazione, il trattamento retributivo e l'avanzamento di carriera sono le competenze, i risultati e l'esperienza. È un impegno che parte da lontano: già prima dell'approvazione della legge Cirinnà, Coca-Cola HBC Italia aveva riconosciuto alcuni diritti fondamentali ai propri dipendenti, come l'estensione dell'assicurazione sanitaria e il congedo matrimoniale anche ai partner dello stesso sesso, ritenendoli imprescindibili per creare un ambiente di lavoro inclusivo.

Nel 2020 abbiamo scelto giugno, il **mese del Pride**, per avviare dei **corsi di formazione interna sui temi della Diversity & Inclusion**.

I corsi hanno affrontato temi di orientamento sessuale, parità di genere e disabilità, con l'obiettivo concreto di contribuire a creare un ambiente di lavoro inclusivo a 360°, e nella convinzione che il successo del business sia strettamente collegato alla diversità dei dipendenti, dei partner e delle comunità in cui il Gruppo opera.

Ad oggi il progetto formativo ha coinvolto tutti i colleghi degli uffici, ma entro il 2022 vedrà coinvolta l'intera popolazione aziendale.

Il nostro impegno si concretizza anche esternamente con i nostri partner e le comunità in cui operiamo attraverso la promozione di programmi e iniziative che valorizzino l'inclusione, la diversità e le pari opportunità.



Questo permette di promuovere un ambiente inclusivo, privo di pregiudizi, stereotipi, in cui tutte le persone, a prescindere dal proprio orientamento sessuale, di genere, razza, cultura o religione o disabilità, possano godere degli stessi diritti e opportunità professionali.

Le nostre principali associazioni



Dal 2017 aderiamo a **Parks - Liberi e Uguali**, l'associazione senza fini di lucro nata con l'obiettivo di aiutare le aziende a sviluppare strategie e buone pratiche rispettose della diversità, in particolare per quanto riguarda l'orientamento sessuale e l'identità di genere.



Insieme a The Coca-Cola Company, partecipiamo attivamente a **Valore D**, la prima associazione di imprese che promuove la diversità, il talento e la leadership femminile per la crescita delle aziende e del Paese. Grazie a questa partnership, diversi colleghi hanno avuto la possibilità di partecipare a dei training organizzati dall'associazione che hanno spaziato su temi come l'inclusione, il lavoro agile, fino alla felicità in azienda.

VICINI ANCHE A DISTANZA

Da sempre, incoraggiamo i nostri dipendenti alla partecipazione attiva e concreta a piani di volontariato che organizziamo durante le ore lavorative regolarmente retribuite. Nel 2020 a causa della pandemia molti progetti sono stati sospesi, ma abbiamo comunque voluto essere vicini alle associazioni che ci vedono uniti da tempo:

Tifiamo a distanza per i ragazzi di Special Olympics

Coca-Cola, vicina a Special Olympics Italia da oltre 20 anni, sostiene le straordinarie potenzialità di chi ha disabilità intellettive e valorizza lo sport come strumento capace di unire le persone e di trasformare le loro vite.



Neanche questo difficile periodo e l'annullamento dei Giochi Nazionali Estivi sono riusciti ad intaccare lo spirito degli atleti di Special Olympics, che sono stati subito pronti a mettersi in gioco negli **Smart Games**, un evento online al quale i partecipanti hanno aderito rimanendo al sicuro a casa propria.

Come Coca-Cola abbiamo deciso di far sentire il nostro calore sostenendo la grinta e la passione dei ragazzi con l'organizzazione di una tifoseria online, realizzata grazie a un video con le foto e i contributi di incoraggiamento arrivati dai dipendenti.

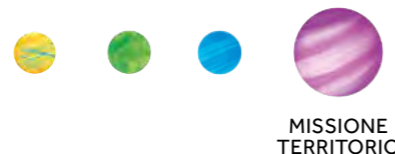
Partner orgogliosi di Milano Pride anche a distanza

Per il terzo anno consecutivo siamo stati partner orgogliosi di Milano Pride. A causa dell'emergenza l'evento si è svolto per la prima volta in modalità online, per ribadire ciò in cui crediamo e che esprimiamo con **"Love is Love"**, e per celebrare la famiglia, tema di questa edizione, nella convinzione che non esistano famiglie giuste e famiglie sbagliate. Il video realizzato con il contributo di tutti i colleghi e delle loro famiglie ci ha permesso di essere protagonisti della parata virtuale, nonostante la distanza.



Durante la settimana del Pride, Coca-Cola ha inoltre messo a disposizione i propri canali social per raccogliere domande degli utenti, per informare e sensibilizzare sulle tematiche legate ai diritti LGBT+, fornendo loro risposte in occasione del talk virtuale dal titolo **"#PrideNotPrejudice"** con la youtuber @Murielxo e Arcigay Milano.

Nel corso dell'anno, inoltre, numerosi colleghi hanno partecipato come mentori a iniziative dedicate agli studenti di scuole superiori e università, dedicando ai ragazzi quasi 100 ore di volontariato nelle ore lavorative.



IL NOSTRO IMPEGNO PER FRONTEGGIARE L'EMERGENZA COVID-19

Fin dai primi giorni in cui l'Italia è stata colpita dall'emergenza sanitaria da Covid-19, abbiamo rivolto il nostro impegno a sostegno delle nostre persone, delle comunità e dei clienti.



Al fianco delle nostre comunità

Con l'insorgere dell'emergenza sanitaria, a febbraio 2020, abbiamo voluto sostenere il nostro Paese attraverso diversi strumenti: donazioni ma anche piccole ma significative iniziative per mostrare vicinanza alle comunità.

SUPPORTO ALLA CROCE ROSSA ITALIANA

The Coca-Cola Foundation e il Sistema Coca-Cola in Italia hanno donato **1,4 milioni di euro** contribuendo all'acquisto di ambulanze attrezzate e di dispositivi medici, necessari al primo soccorso dei pazienti. Coca-Cola Italia ha inoltre lanciato la campagna di crowdfunding **#ungiorno migliore**.

DONAZIONI DI PRODOTTO

Con l'obiettivo di dare un po' di energia a chi è stato in prima linea nell'emergenza e manifestare la nostra vicinanza alle persone vulnerabili, abbiamo donato i nostri prodotti al personale sanitario in più di 30 ospedali su tutto il territorio nazionale, in particolare nelle regioni in cui sono situati i nostri stabilimenti, e a diverse associazioni territoriali, tra cui le sedi locali della Protezione Civile e Croce Rossa Italiana, Banco Alimentare e mense per i bisognosi.

UN PICCOLO GESTO PER I NOSTRI FORNITORI

A seguito della chiusura dei bar e dei ristoranti, abbiamo deciso di offrire presso i nostri stabilimenti pasti da asporto gratuiti agli autotrasportatori in transito, permettendogli di dare continuità alla consegna di forniture alimentari alla grande distribuzione.

Vicini ai nostri clienti

Nel 2020 Coca-Cola ha lanciato la campagna "**Ci saremo come mai prima**" con l'obiettivo di canalizzare un messaggio positivo e un invito a guardare il mondo con occhi diversi dopo l'emergenza Covid-19. **La campagna dedica un'attenzione particolare al mondo della ristorazione e nello specifico al canale Ho.Re.Ca**, duramente colpito dalle conseguenze della pandemia, celebrando e supportando i bar e i ristoranti e invitando a riapprezzarli come mai prima nel nuovo "new normal".

In parallelo, durante i mesi di lockdown abbiamo messo in campo diverse azioni a favore di bar, ristoranti e pizzerie, nel ruolo di partner prima ancora che di fornitore, **reinvestendo più di 1,3 milioni di euro a favore di oltre 10.500 punti vendita**, attraverso politiche commerciali, fiscali e promozioni dedicate, per cercare di sostenere i moltissimi esercenti.

In Lombardia, Veneto, Abruzzo e Campania, dove sono presenti gli stabilimenti Coca-Cola HBC Italia, oltre 1.500 tra bar e ristoranti hanno potuto usufruire di diversi strumenti per avere maggiore visibilità, attraverso l'iniziativa "**This Coke is on us**": un buono per una Coca-Cola in omaggio ai consumatori, così da incentivarli a sostenere i loro bar preferiti.

Infine, per tutto il periodo estivo, il canale Horeca ha avuto a disposizione la piattaforma "**Coca-Cola AdCreator**" che ha dato modo a quasi 4.000 punti vendita di creare in modo semplice una comunicazione pubblicitaria a cui Coca-Cola ha regalato visibilità digital.

In aggiunta, **abbiamo fornito materiali** per agevolare il rispetto delle normative in merito al distanziamento sociale.

1,4
milioni di euro
a Croce Rossa italiana
per dare supporto
immediato
nell'emergenza

Oltre 2 milioni e mezzo
di prodotti donati a 30 ospedali
e a 24 tra associazioni e onlus nazionali

1,3
milioni di euro
investiti a supporto
del canale Ho.Re.Ca.
nel 2020.

NOTA METODOLOGICA

Attraverso il Rapporto di Sostenibilità, dal 2004, raccontiamo ogni anno ai nostri stakeholder l'impegno e il profilo di sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia.

Il documento rendiconta le attività e i risultati non finanziari che hanno caratterizzato l'esercizio 2020, dal 1° gennaio al 31 dicembre, e raccoglie le politiche e gli strumenti a presidio della gestione aziendale. Il perimetro del Rapporto di Sostenibilità include, oltre a Coca-Cola HBC Italia S.r.l., anche la società Fonti del Vulture S.r.l.: per quest'ultima si precisa che le informazioni vengono pubblicate, data la rilevanza operativa, in maniera integrale (valori al 100%) per quanto riguarda le informazioni qualitative e i dati quantitativi relativi agli aspetti sociali ed ambientali.

Sono invece esclusi i dati relativi ad Acque Minerali S.r.l., acquisita a dicembre 2019, ad eccezione del dato relativo al numero di stabilimenti. In continuità con l'esercizio precedente il presente Rapporto è stato redatto in conformità ai GRI Standards: opzione Core.

Per quanto riguarda gli Standard specifici GRI 303 (Acqua e scarichi idrici) e GRI 403 (Salute e sicurezza sul lavoro), sono state adottate le più recenti versioni del 2018.

Inoltre, sono stati utilizzati i "Food Processing Sector Disclosures" (2014) per una più esaustiva rendicontazione in merito alla salute e sicurezza dei consumatori.

Per la redazione del presente Rapporto di Sostenibilità, Coca-Cola HBC Italia, sotto il coordinamento della Direzione Public Affairs & Communication, ha coinvolto la struttura organizzativa aziendale, attraverso contributi provenienti dalle diverse aree e funzioni. I dati sono stati raccolti con il supporto di apposite schede qualitative e quantitative e di interviste dirette ai referenti di funzione,

in coerenza con l'approccio richiesto dai GRI Standards, e successivamente verificati con un processo di controllo interno. Per consentire la comparabilità delle informazioni nel tempo, i dati sono stati inseriti, laddove possibile, su base triennale. Le riesposizioni dei dati comparativi precedentemente pubblicati sono chiaramente indicate come tali. Inoltre, al fine di garantire l'affidabilità dei dati, è stato limitato, per quanto possibile, il ricorso a stime, eventualmente segnalate all'interno del documento. Le informazioni contenute nel Rapporto di Sostenibilità sono state selezionate attraverso l'analisi di materialità che, con un aggiornamento su base annuale, definisce la rilevanza di ciascun aspetto, tenendo conto della prospettiva interna ed esterna all'azienda. Per coinvolgere attivamente gli stakeholder nel processo di definizione e pesatura delle tematiche di sostenibilità più rilevanti rappresentate all'interno del documento, abbiamo rinnovato l'attività di ascolto dei nostri interlocutori interni ed esterni. La mappatura e l'ascolto degli stakeholder sono stati effettuati secondo le indicazioni dello Standard Internazionale AA1000 - Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) 2015. Le informazioni quantitative di dettaglio in riferimento agli indicatori GRI selezionati per il Rapporto di Sostenibilità sono riportati nell'Appendice e rappresentano parte integrante del presente documento. Il Rapporto di Sostenibilità è sottoposto volontariamente ad assurance esterna ("Limited assurance engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Deloitte & Touche S.p.A. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione", inclusa nel presente documento.

APPENDICE

IL SISTEMA DI GOVERNO

La gestione di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture è affidata ai rispettivi Consigli di Amministrazione e sottoposta al controllo del Collegio Sindacale e della Società di Revisione. La società PriceWaterhouseCoopers S.p.A. è responsabile dell'incarico relativo alla revisione legale dei conti e del Bilancio Civilistico di entrambe le aziende. Il capitale sociale di Coca-Cola HBC Italia S.r.l., interamente versato e detenuto dal 100% da CC BEVERAGES HOLDINGS II B.V., al 31 dicembre 2020 è pari a euro 172.000.000,00, invariato rispetto al precedente esercizio. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione e l'Amministratore Delegato di Coca-Cola HBC Italia ha la piena responsabilità sulla gestione, inclusa la tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro, rappresenta la

società nei rapporti con i terzi ed esercita tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, nei limiti previsti dallo statuto e dalla delibera del CdA che gli ha conferito i poteri a salvaguardia della trasparente gestione aziendale. Il capitale sociale di Fonti del Vulture S.r.l. è interamente versato e detenuto al 50% da Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e al 50% da Sibil S.r.l., società della The Coca-Cola Company. Al 31 dicembre 2020, è pari a euro 3.425.027,00, invariato rispetto al precedente esercizio. I consiglieri di amministrazione sono, in numero uguale, espressione delle due società. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione di Fonti del Vulture ha la rappresentanza e la firma sociale. In caso di assenza o di impedimento del Presidente tutte le sue attribuzioni spettano al Vice-Presidente.

GLI STRUMENTI CHE REGOLANO LA CONDOTTA AZIENDALE

L'etica d'impresa è profondamente radicata nella nostra cultura: per questo abbiamo definito sistemi che disciplinano e monitorano i comportamenti a tutti i livelli aziendali e le regole della corporate governance. Investiamo inoltre in attività di formazione interna per garantire attenzione e sensibilità diffuse.

1

IL CODICE DI COMPORTAMENTO NEGLI AFFARI

Il Codice di Comportamento negli Affari di Coca-Cola HBC Italia, che sancisce l'impegno della Società nel condurre affari in conformità ai propri valori, alle leggi, ai regolamenti applicabili e alle norme di settore, evidenzia le norme etiche che tutti i dipendenti, ad ogni livello gerarchico sono tenuti a rispettare. Tale documento assicura la coerenza tra le modalità con cui i dipendenti si comportano all'interno e all'esterno della Società. La non conformità con quanto previsto dal Codice può implicare sanzioni disciplinari commisurate alla gravità dell'atto.

2

MANUALE DI POLITICA E COMPLIANCE ANTICORRUZIONE

Coca-Cola HBC Italia ha adottato il Manuale di Politica e Compliance Anticorruzione, in linea con la politica del Gruppo, per mettere a disposizione di tutti i dipendenti le informazioni e gli strumenti adeguati a individuare e prevenire la concussione e la corruzione. Ai dipendenti vengono inoltre fornite istruzioni su dove poter reperire informazioni in materia.

Per garantire che i dipendenti comprendano tutte le leggi e le politiche aziendali applicabili in materia e agiscano in conformità alle stesse, Coca-Cola HBC Italia, attraverso

il suo ufficio legale, pianifica ogni anno programmi di formazione obbligatoria. La gestione delle richieste di autorizzazione previste dal Codice di Comportamento negli Affari e dal Manuale Anticorruzione avviene attraverso un sistema informatico (Portale COBC). Tutte le terze parti che interagiscono con la Pubblica Amministrazione per conto della Società, sono sottoposte, attraverso un'apposita piattaforma online Exiger Third Parties Due Diligence Portal, ad una dedicata due diligence. I fornitori, così come tutte le terze parti di Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture che si relazionano con la Pubblica Amministrazione per conto delle società (ad esclusione delle categorie esentate), sono oggetto di due diligence anticorruzione. I risultati della due diligence vengono inviati all'ufficio legale per approvazione attraverso il portale Exiger Third Parties Due Diligence, come previsto dalla politica Anticorruzione del Gruppo. L'Organismo di Vigilanza 231 di Coca-Cola HBC Italia, così come quello di Fonti del Vulture, organizza periodicamente incontri con i dipendenti delle diverse funzioni al fine di monitorare la conformità rispetto al Modello Organizzativo, che mira anche a prevenire anche reati di corruzione.

Per garantire il rispetto del Codice di Comportamento negli Affari e della Politica Anticorruzione e per facilitare ai dipendenti la comprensione dei comportamenti ammessi, la Società ha adottato anche la Gifts and Entertainment Policy, che disciplina le quantità ammesse di omaggi aziendali e spese di intrattenimento a favore di Funzionari ed Enti Pubblici, clienti di Coca-Cola HBC Italia e altri soggetti terzi, oltre a disciplinare puntualmente i limiti per i regali, pasti, intrattenimenti e prodotti gratuiti che possono essere offerti per conto dell'azienda o accettati senza la preventiva approvazione legale.

Coca-Cola HBC Italia inoltre ha implementato un sistema di whistleblowing tramite la linea dedicata "Speak-Up!", attiva 24/7 sia online (www.coca-colahellenic.ethicspoint.com) sia via telefono, che rappresenta un modo sicuro e diretto attraverso cui segnalare potenziali violazioni in totale anonimato e confidenzialità e attraverso cui richiedere maggiori informazioni sul Codice di Condotta e le policy aziendali. La linea è gestita esternamente da un fornitore terzo ed è disponibile sia per i dipendenti sia per gli stakeholder esterni.

Tutti gli eventuali reclami relativi a potenziali violazioni del Codice di Comportamento, del Manuale Anticorruzione, del Modello 231 e delle altre policy della società vengono esaminati e gestiti adottando adeguate misure per tutelare i segnalanti da fenomeni ritorsivi. I reclami ricevuti relativi a questioni non coperte dal Codice di condotta aziendale

vengono indirizzati al dipartimento di competenza per una appropriata gestione. Le violazioni accertate, oltre ad essere tracciate, possono comportare cambiamenti decisionali così come procedurali rilevanti.

L'Ethics&Compliance Committee, costituito a partire dal 2015, si riunisce trimestralmente al fine di esaminare eventuali violazioni del Codice di Comportamento negli Affari e assumere così le relative decisioni in merito.

3

IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE GESTIONE E CONTROLLO AI SENSI DEL D.LGS. 231/2001

Coca-Cola HBC Italia ha adottato il proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, con delibera del Consiglio di Amministrazione del 10 dicembre 2012 e successivamente integrato e aggiornato. Il Modello risponde alle esigenze dettate dalla norma di individuare le attività nell'ambito delle quali vi sia la possibilità che vengano commessi specifici reati e di prevenirne così il compimento attraverso l'adozione di protocolli aziendali diretti a programmare la formazione e l'attuazione delle decisioni della società. Coca-Cola HBC Italia ha predisposto il Modello ispirandosi al Codice di Comportamento degli Affari, al Sistema di Controlli interno già implementato nella Società e ai principi definiti dalle Linee Guida predisposte da Confindustria. È prevista una revisione periodica del Modello, così che sia costantemente aggiornato rispetto alle modifiche legislative e adeguato rispetto ai cambiamenti organizzativi.

Il Modello di organizzazione, gestione e controllo di Coca-Cola HBC Italia è costituito da:

- parte generale, volta ad illustrare le regole e i principi generali dettati dal Modello;
- parte speciale, che identifica le attività della Società nello svolgimento delle quali è astrattamente configurabile un rischio di commissione di reati, e sono indicati i riferimenti al sistema di controllo interno atto a prevenire la commissione dei reati stessi.

I dipendenti dell'azienda sono formati sui contenuti del Modello attraverso training interni.

Come previsto dalla norma, un Organismo di Vigilanza ("OdV"), in composizione collegiale, è incaricato di vigilare sull'adeguatezza e sull'applicazione del Modello. Attraverso

una casella mail dedicata, l'Organismo riceve le segnalazioni di dipendenti e di terzi, che vengono trattate in maniera confidenziale. Il membro interno dell'Organismo di Vigilanza è anche membro del Comitato etico di Coca-Cola HBC Italia. Anche la società Fonti del Vulture ha adottato a partire dal 2015 un proprio Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001. Ogni anno in tutti i Paesi del Gruppo Coca-Cola HBC viene organizzata la settimana dedicata ai temi dell'Etica e della Compliance, nata con l'obiettivo di consolidare le conoscenze e rafforzare ulteriormente la cultura dell'integrità di tutti i dipendenti delle diverse sedi.

4

I PRINCIPI GUIDA PER I FORNITORI

In conformità con le politiche del Gruppo, Coca-Cola HBC Italia adotta i "Principi Guida per i Fornitori" (Supplier Guiding Principles o SGPs) nella selezione dei propri fornitori e nella gestione delle attività di business. Ai fornitori è richiesto di sottoscrivere i Principi Guida e di assicurare la comprensione e l'adeguamento ai requisiti esposti, con particolare riferimento al rispetto dei diritti umani e del lavoro, alla valorizzazione delle diversità, alla tutela della salute e sicurezza sul luogo di lavoro e alla tutela ambientale. I Principi guida per i fornitori prevedono una sezione specifica sulla Anticorruzione e le relative procedure.

5

COMPETITION LAW HANDBOOK

Coca-Cola HBC Italia, in linea con le politiche del Gruppo, ha adottato il Manuale della Concorrenza che definisce regole per trattare con i clienti e competere correttamente nel mercato. Per garantire il rispetto delle regole della concorrenza viene annualmente erogata formazione specifica online alla forza vendite per assicurarne la corretta comprensione e osservanza e formazione in aula per l'approfondimento delle diverse tematiche tenuti dalla funzione legale.

6

DATA PROTECTION

Coca-Cola HBC Italia, in conformità con le altre società del Gruppo, ha adottato la Policy sulla protezione dei dati personali che definisce i principi in materia di privacy così come le pratiche che devono essere adottate presso la Società, tenendo conto delle leggi e della normativa, anche locali, per la protezione dei Dati Personali. La policy è applicabile a tutti i tipi di dati, sistemi informatici, attività e procedure utilizzate all'interno della Società e che riguardano la raccolta, la memorizzazione, l'uso e la trasmissione dei Dati Personali.

Le regole contenute nella policy devono essere rispettate da tutti i dipendenti della Società e delle sue controllate in tutto il mondo, nonché dai partner commerciali esterni (come fornitori, appaltatori, collaboratori ed altri fornitori di servizi) che ricevono, inviano, raccolgono, utilizzano o trattano in qualunque modo i Dati Personali per conto della Società.

I documenti elencati sono pubblicati sul nostro sito.



I TEMI MATERIALI PER CCHBCI E IL COLLEGAMENTO AGLI STANDARD GRI

TEMA MATERIALE	ASPETTO DEL GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	RUOLO DI COCA-COLA HBC ITALIA E FONTI DEL VULTURE
Approvvigionamento sostenibile	<ul style="list-style-type: none"> Pratiche di approvvigionamento Valutazione ambientale dei fornitori Valutazione sociale dei fornitori 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola; Fornitori & Partner	A cui contribuisce e direttamente connesso tramite i suoi rapporti commerciali
Benessere ed engagement dei dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> Occupazione Relazioni tra lavoratori e management Salute e sicurezza sul lavoro Formazione e istruzione 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture	Causato
Benessere e nutrizione	<ul style="list-style-type: none"> Salute e sicurezza dei clienti 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola; Consumatori	Causato e a cui contribuisce
Cittadinanza d'impresa	<ul style="list-style-type: none"> Impatti economici indiretti Comunità locali 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola	Causato e a cui contribuisce
Integrità del business e Corporate Governance	<ul style="list-style-type: none"> Anticorruzione Comportamento anticoncorrenziale Compliance ambientale Compliance socioeconomica 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture	Causato
Diritti umani, inclusione e gestione della diversità	<ul style="list-style-type: none"> Diversità e pari opportunità Non discriminazione Libertà di associazione e contrattazione collettiva Lavoro minorile Lavoro forzato o obbligatorio Valutazione del rispetto dei diritti umani 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Fornitori & Partner	Causato e direttamente connesso tramite i suoi rapporti commerciali
Climate change ed efficienza energetica	<ul style="list-style-type: none"> Energia Emissioni 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Fornitori di energia elettrica; Fornitori di materie prime (packaging, zucchero e dolcificanti); Fornitori di beni e servizi (frigoriferi e trasporti)	Causato e direttamente connesso tramite i suoi rapporti commerciali
Gestione dell'acqua	<ul style="list-style-type: none"> Acqua e scarichi idrici 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture	Causato
Impatti economici diretti e indiretti	<ul style="list-style-type: none"> Performance economiche Impatti economici indiretti 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Fornitori & Partner	Causato e direttamente connesso tramite i suoi rapporti commerciali
Innovazione	• /	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola	Causato e a cui contribuisce
Marketing e comunicazione responsabile	<ul style="list-style-type: none"> Marketing ed etichettatura 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola	Causato e a cui contribuisce
Packaging e gestione dei rifiuti	<ul style="list-style-type: none"> Materiali Scarichi idrici e rifiuti 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Fornitori & Partner	Causato e direttamente connesso tramite i suoi rapporti commerciali
Qualità del prodotto	<ul style="list-style-type: none"> Salute e sicurezza dei clienti 	Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola	Causato e a cui contribuisce

DATI ANALITICI

		2020	2019	2018	
DATI AMBIENTALI					
PRODUZIONE					
	Litri totali di bevande prodotti	lbp	1.231.176.474	1.392.230.433	1.384.224.515
MATERIALI					
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume				
	Zuccheri e altri dolcificanti	t	79.214	92.193	93.896
	Concentrato	t	2.688	3.174	3.376
	Concentrato di succo	t	3.075	3.667	3.716
	CO ₂ alimentare	t	12.429	14.989	14.708
	Plastica di origine vegetale (bottiglie)	t	1.223	1.340	131
	Etichette di cartone	t	353	987	1.125
	Cartone	t	3.081	4.955	5.259
	Legno (bancali)	t	7.374	5.719	3.101
	Totale materiali rinnovabili	t	109.437	127.023	125.312
	Azoto	t	1.876	1.961	1.945
	PET (bottiglie)	t	23.870	28.224	27.788
	Tappi di plastica	t	2.053	2.888	2.878
	Tappi a corona (metallo)	t	-	-	149
	Imballi secondari di plastica	t	5.258	6.477	6.440
	Vetro (bottiglie)	t	26.661	42.074	32.855
	Alluminio (lattine)	t	8.574	8.687	7.775
	Totale materiali non rinnovabili	t	68.293	90.311	79.829
	Totale materiali	t	177.730	217.334	205.141
ENERGIA					
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione				
Combustibile non rinnovabile					
	Olio di riscaldamento leggero	MJ	75.270	73.125	77.610
	Olio di riscaldamento pesante	MJ	-	-	-
	Gas naturale	MJ	173.663.692	163.194.600	148.482.198
	GPL	MJ	48.038	-	-
	Carburante per flotta aziendale da fonti non rinnovabili	MJ	56.475.932	81.122.205	85.521.409
	Totale combustibile non rinnovabile	MJ	230.262.932	244.389.931	234.081.217
Combustibile rinnovabile					
	Energia biogenica prodotta	MJ	-	-	22.500
	Elettricità rinnovabile venduta (Biogenica)	MJ	-	-	22.500
	Totale combustibile rinnovabile	MJ	-	-	-
Energia elettrica negli stabilimenti					
	Energia elettrica rinnovabile (acquistata dalla rete e certificata GO)	MJ	54.142.833	70.856.450	102.048.298
	Energia elettrica non rinnovabile (da CHP non di proprietà)	MJ	163.276.488	169.409.628	165.563.928
	Consumo totale di energia elettrica negli stabilimenti	MJ	217.419.321	240.266.078	267.612.226
	Riscaldamento	MJ	6.910.002	6.497.431	9.304.150

		2020	2019	2018	
	Raffreddamento	MJ	12.808.216	20.216.127	21.127.239
	Vapore	MJ	43.849.361	48.757.601	50.064.926
	Consumo totale di energia all'interno dell'organizzazione	MJ	511.249.832	560.127.168	582.189.758
	di cui da fonti non rinnovabili	MJ	457.106.999	489.270.717	480.141.460
	di cui da fonti rinnovabili	MJ	54.142.833	70.856.451	102.048.298
302-3	Intensità energetica	MJ/lbp	0,349	0,327	0,342
ACQUA					
303-3	Acqua totale prelevata per fonte				
	Acquedotti	MI	207,4	228,5	246,5
	Acque sotterranee (pozzo, sorgenti)	MI	2.036,7	1.939,0	1.994,0
	Totale prelievi idrici	MI	2.244,1	2.167,5	2.240,5
Acqua totale prelevata da aree sottoposte a stress idrico per fonte					
	Acquedotti	MI	-	-	-
	Acque sotterranee (pozzo, sorgenti)	MI	512,6	-	-
	Totale prelievi idrici da aree sottoposte a stress idrico	MI	512,6	-	-
EMISSIONI					
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)				
	da combustibile non rinnovabile	tCO ₂	12.767	13.999	13.669
	di cui carburante per flotta di proprietà	tCO ₂	4.067	5.843	6.159
	da CDE - liquidi refrigeranti frigovertrine	tCO ₂	289	492	603
	da perdite durante la produzione	tCO ₂	5.934	7.322	7.062
	Totale emissioni dirette di GHG (Scope 1)	tCO₂	18.990	21.812	21.334
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)				
	da energia elettrica utilizzata negli stabilimenti (Scope 2 - Location Based)	tCO ₂	11.148	13.723	16.319
	da energia elettrica utilizzata negli stabilimenti (Scope 2 - Market Based)	tCO ₂	6.291	7.380	6.936
	altre fonti energetiche (riscaldamento, raffreddamento, vapore)	tCO ₂	6.109	8.163	8.425
	Totale emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2 - Location Based)	tCO₂	17.257	21.886	24.744
	Totale emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2 - Market Based)	tCO₂	12.400	15.544	15.361
	Totale emissioni (Scope 1 e Scope 2 - Location Based)	tCO₂	36.247	43.698	46.078
	Totale emissioni (Scope 1 e Scope 2 - Market Based)	tCO₂	31.390	37.356	36.695
305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)				
	da energia elettrica per frigovertrine	tCO ₂	67.498	87.199	81.689
	da packaging	tCO ₂	152.828	180.882	175.436
	da zuccheri e dolcificanti	tCO ₂	71.525	83.417	81.569
	da camion per distribuzione e trasporto (non di proprietà)	tCO ₂	11.809	17.450	16.301
	da CO ₂ nel prodotto	tCO ₂	7.047	7.667	7.646
	da energia termica di siti remoti	tCO ₂	85	98	-
	Totale altre emissioni indirette di gas serra (Scope 3)	tCO₂	310.792	376.713	362.641
305-4	Intensità emissiva				
	Intensità di emissione (Scope 1, Scope 2 - Market Based e Scope 3)	gCO₂/lbp	277,7	297,4	288,5

		2020	2019	2018	
RIFIUTI					
306-2	Rifiuti per tipologia e metodo di smaltimento				
	Rifiuti non pericolosi				
	Riciclati	t	11.312	14.706	9.546
	Riutilizzati	t	-	-	-
	Avviati ad incenerimento senza recupero di energia	t	-	3	-
	Avviati ad incenerimento con recupero di energia	t	-	-	-
	Avviati a compostaggio	t	1.948	2.378	2.274
	Smaltiti in discarica	t	13	29	35
	Recuperati con recupero di energia	t	-	-	-
	Totale rifiuti non pericolosi prodotti	t	13.273	17.116	11.855
	Rifiuti pericolosi				
	Riciclati	t	26	18	16
	Smaltiti in discarica	t	3	4	5
	Totale rifiuti pericolosi prodotti	t	29	22	21
DATI SUL PERSONALE					
INFORMATIVE GENERALI					
102-7	Numero totale dei dipendenti	n.	1.874	1.867	1.947
102-8	INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI E ALTRI LAVORATORI				
	Dipendenti con contratto a tempo indeterminato				
	Uomini	n.	1.335	1.341	1.412
	Donne	n.	535	521	525
	Totale	n.	1.870	1.862	1.937
	Dipendenti con contratto a tempo determinato	n.			
	Uomini	n.	1	3	4
	Donne	n.	3	2	6
	Totale	n.	4	5	10
	Dipendenti a tempo pieno	n.			
	Uomini	n.	1.335	1.343	1.416
	Donne	n.	506	492	506
	Totale	n.	1.841	1.835	1.922
	Dipendenti a tempo parziale	n.			
	Uomini	n.	1	1	-
	Donne	n.	32	31	25
	Totale	n.	33	32	25
OCCUPAZIONE					
401-1	Nuove assunzioni e turnover				
	Nuovi ingressi per genere e per fasce di età				
	Uomini	n.	40	67	84
	Donne	n.	33	47	51
	Under 30	n.	49	63	90
	Tra 30 e 50	n.	21	51	44
	Over 50	n.	3	-	1
	Totale	n.	73	114	135

		2020	2019	2018	
Cessazioni per genere e fasce di età					
	Uomini	n.	39	39	79
	Donne	n.	13	22	51
	Under 30	n.	15	18	33
	Tra 30 e 50	n.	25	37	70
	Over 50	n.	12	6	27
	Totale	n.	52	61	130
Turnover dei dipendenti: tasso di assunzione					
	Uomini	%	3,1	5	5,9
	Donne	%	6,2	9	9,6
	Under 30	%	35,8	41,7	62,5
	Tra 30 e 50	%	1,4	4,3	3,3
	Over 50	%	0,6	0	0,2
	Totale	%	4,0	6,1	6,9
Turnover dei dipendenti: tasso di cessazione					
	Uomini	%	2,9	2,9	5,6
	Donne	%	2,4	4,2	9,6
	Under 30	%	7,9	11,9	22,9
	Tra 30 e 50	%	2,1	3,1	5,22
	Over 50	%	2,9	1,1	5,8
	Totale	%	2,8	3,3	6,7
401-3	Congedo parentale				
	Dipendenti che hanno diritto a congedi parentali				
	Uomini	n.	1.336	1.344	2
	Donne	n.	538	523	9
	Totale	n.	1.874	1.867	18
	Dipendenti che hanno usufruito di congedi parentali				
	Uomini	n.	26	47	2
	Donne	n.	28	32	9
	Totale	n.	54	79	11
	Dipendenti che sono rientrati al lavoro al termine del congedo parentale				
	Uomini	n.	25	47	2
	Donne	n.	16	13	9
	Totale	n.	41	60	11
	Dipendenti rientrati al lavoro al termine del congedo parentale che nei 12 mesi successivi sono ancora dipendenti dell'organizzazione				
	Uomini	n.	46	3	1
	Donne	n.	23	35	16
	Totale	n.	69	38	17
	Tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito di congedi parentali				
	Uomini	%	96	100	100
	Donne	%	57	41	100
	Totale	%	76	76	100

		2020	2019	2018
Tasso di retention				
Uomini	%	98	100	100
Donne	%	72	95	100
Totale	%	87	95	100
SALUTE E SICUREZZA - DIPENDENTI				
403-9	Infortuni sul lavoro			
	Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	n.	-	-
	Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	n.	1	N/D
	Numero di infortuni sul lavoro registrabili	n.	16	20
	Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro		-	N/D
	Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)		0,4	N/D
	Tasso di infortuni sul lavoro registrabili		5,6	N/D
	Principali tipologie di infortuni sul lavoro			
		6 incidenti stradali (non in itinere) 6 infortuni per errata ergonomia/movimentazione carichi 3 infortuni per cadute/scivolamenti 1 infortunio per contatto con frammenti di vetro	Tra le principali tipologie di infortunio rientrano cadute in piano, scivolamenti, inciampi ed incidenti stradali (non in itinere), molto spesso subiti (ad esempio tamponamenti o investimenti su strisce pedonali)	Le principali tipologie di infortunio sono rappresentate da incidenti stradali (non in itinere), cadute in piano, scivolamenti e inciampi
	Ore lavorate	n.	2.849.792	N/D
SALUTE E SICUREZZA - LAVORATORI ESTERNI				
Infortuni sul lavoro				
	Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	n.	-	-
	Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	n.	1	N/D
	Numero di infortuni sul lavoro registrabili	n.	14	18
	Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro		-	N/D
	Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)		1,1	N/D
	Tasso di infortuni sul lavoro registrabili		14,7	N/D
	Principali tipologie di infortuni sul lavoro			
		7 infortuni per contatto con macchinari/mezzi 4 infortuni per cadute/scivolamenti 2 infortuni per esposizione a sostanze chimiche 1 infortunio per errata ergonomia/postura	La causa principale degli infortuni occorsi a contractors nel 2019 è legata a inciampi, cadute e scivolamenti	N/D
	Ore lavorate	n.	954.370	N/D

		2020	2019	2018
FORMAZIONE				
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente			
	Totale	n.	26,9	24,2
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente per genere			
	Uomini	n.	26,6	25,0
	Donne	n.	27,6	22,1
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente per categoria professionale			
	Dirigenti	n.	12,7	30,4
	Quadri	n.	21,8	38,2
	Impiegati	n.	26,7	27,2
	Operai	n.	5,1	7,0
	Espatriati	n.	1,8	25,7
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale			
	Totale	%	74	77
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale per genere			
	Uomini	%	71	77
	Donne	%	81	86
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale per categoria professionale			
	Dirigenti	%	96	100
	Quadri	%	96	100
	Impiegati	%	90	94
	Operai	%	8	9
	Espatriati	%	100	100
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ				
405-1	Diversità negli organi di governo e dipendenti			
	Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per genere CCHBCI			
	Uomini	%	75	100
	Donne	%	25	0
	Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per fasce di età CCHBCI			
	Under 30	%	0	0
	Tra 30 e 50	%	50	75
	Over 50	%	50	25
	Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per genere FdV			
	Uomini	%	100	100
	Donne	%	0	50

		2020	2019	2018
Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per fasce di età FdV				
Under 30	%	0	0	0
Tra 30 e 50	%	75	100	100
Over 50	%	25	0	0
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Dirigenti				
Uomini	%	67	68	73
Donne	%	33	32	27
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Quadri				
Uomini	%	66	68	67
Donne	%	34	32	33
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Impiegati				
Uomini	%	67	67	68
Donne	%	33	33	32
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Operai				
Uomini	%	90	90	90
Donne	%	10	10	10
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Espatriati				
Uomini	%	50	50	75
Donne	%	50	50	25
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fascia d'età - Dirigenti				
Under 30	%	0	0	0
Tra 30 e 50	%	72	67	71
Over 50	%	28	33	29
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fascia d'età - Quadri				
Under 30	%	2	4	0
Tra 30 e 50	%	77	73	77
Over 50	%	21	23	23
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fascia d'età - Impiegati				
Under 30	%	10	10	9
Tra 30 e 50	%	65	65	71
Over 50	%	25	25	20
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fascia d'età - Operai				
Under 30	%	6	6	4
Tra 30 e 50	%	53	52	58
Over 50	%	41	42	38

		2020	2019	2018
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fascia d'età - Espatriati				
Under 30	%	0	0	0
Tra 30 e 50	%	50	100	100
Over 50	%	50	0	0
405-2 Rapporto tra la retribuzione variabile delle donne e degli uomini per categoria professionale				
Dirigenti	n.	88,40	82,66	89,89
Quadri	n.	96,76	94,95	99,95
Impiegati	n.	96,39	96,82	96,58
Operai	n.	89,21	88,57	88,11
Espatriati	n.	N/D	N/D	29,69
Rapporto tra la retribuzione base delle donne e degli uomini per categoria professionale				
Dirigenti	n.	90,61	83,83	86,34
Quadri	n.	97,22	96,91	99,87
Impiegati	n.	98,29	98,92	99,51
Operai	n.	88,43	88,05	88,35
Espatriati	n.	N/D	N/D	32,21

INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	NUMERO DI PAGINA /RIFERIMENTO DIRETTO	OMISSIONI
GRI 102: GENERAL STANDARD DISCLOSURES			
INFORMATIVE GENERALI			
GRI 102: informative generali (versione 2016)	102-1 Nome dell'organizzazione	Coca-Cola HBC Italia S.r.l.	
	102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi	Pag. 8, 9, 14 - 16 Si noti, inoltre, che nessuno dei prodotti di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. è bannato sul mercato e che vengono rispettate tutte le norme locali legali per la vendita e la commercializzazione degli stessi. Qualora gli stakeholder esprimano dubbi circa gli ingredienti dell'industria delle bevande, si rimandano alle associazioni industriali aziendali e altre alleanze.	
	102-3 Luogo della sede principale	La sede centrale è situata a Sesto San Giovanni (MI), Piazza Indro Montanelli, n.30.	
	102-4 Luogo delle attività	Coca-Cola HBC Italia opera sul territorio italiano.	
	102-5 Proprietà e forma giuridica	Pag. 72 - 74	

102-6 Mercati serviti	Pag. 8 - 9, 14 - 16 I tre principali canali di vendita della struttura commerciale di Coca-Cola HBC Italia sono: Modern Trade (grande distribuzione organizzata e locale, grandi clienti nazionali e internazionali del canale Horeca), Wholesalers e TPV (canale ingrosso e distribuzione automatica), Normal Trade (canale Horeca, costituito in maggioranza da bar, ristoranti, negozi tradizionali, parchi a tema e hotel).	
102-7 Dimensione dell'organizzazione	Numero totale di dipendenti: 1.874. Numero totale di operations (stabilimenti produttivi): 5; Quantità di prodotti e servizi forniti (litri di bevanda prodotti): 1.231.176.474	Le informazioni di carattere finanziario, per vincoli di riservatezza definiti dal Gruppo Coca-Cola HBC, non vengono rendicontate a livello locale.
102-8 Informazioni su dipendenti e gli altri lavoratori	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Non vi sono attività significative dell'organizzazione che vengono eseguite da lavoratori che non sono dipendenti. Le numeriche relative ai dipendenti sono rendicontate come numero di teste al 31.12.	
102-9 Catena di fornitura	Pag. 28 - 30	
102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Non ci sono stati cambiamenti significativi nell'organizzazione e nella catena di fornitura.	
102-11 Principio di precauzione	Pag. 21 - 23	
102-12 Iniziative esterne	Pag. 18, 67	
102-13 Adesione ad associazioni	Pag. 12, 56	
102-14 Dichiarazione di un alto dirigente	Pag. 4	
102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento	Pag. 10, 72 - 74	
102-18 Struttura della governance	Pag. 11, 72 - 74 Le decisioni di carattere economico, ambientale e sociale sono prese dal Senior Leadership Team e dal CdA per le rispettive aree di competenza.	
102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder	Pag. 19	
102-41 Accordi di contrattazione collettiva	100% dei dipendenti.	
102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder	Pag. 19	
102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 19, 52	
102-44 Temi e criticità chiave sollevati	Pag. 20, 52	
102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Pag. 8, 71	
102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Pag. 20, 71, 75	
102-47 Elenco dei temi materiali	Pag. 20	

102-48 Revisione delle informazioni	Non si registrano revisioni delle informazioni rispetto al precedente report.	
102-49 Modifiche nella rendicontazione	Non si registrano modifiche rispetto al precedente report.	
102-50 Periodo di rendicontazione	Il report fa riferimento al periodo compreso tra il 1° gennaio 2020 e il 31 dicembre 2020.	
102-51 Data del report più recente	16 giugno 2020.	
102-52 Periodicità della rendicontazione	Annuale.	
102-53 Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Per approfondimenti e chiarimenti su quanto rendicontato si rinvia a http://it.cocacolahellenic.com/it/ contattaci/ al di sotto della sezione Corporate Responsibility.	
102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	Pag. 71	
102-55 Indice dei contenuti GRI	Pag. 83 - 97	
102-56 Assurance esterna	Pag. 98 - 100	

TEMI MATERIALI**IMPATTI ECONOMICI DIRETTI E INDIRETTI****INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: PERFORMANCE ECONOMICHE**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 11, 20, 75	
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 11	
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 11, 20	
GRI 201: Performance economiche (versione 2016)	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito		Le informazioni di carattere finanziario, per vincoli di riservatezza definiti dal Gruppo Coca-Cola HBC, non vengono rendicontate a livello locale.

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 11, 20, 62 - 67, 75	
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 11, 62 - 67	
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 11, 20, 62 - 67	
GRI 203: Impatti economici indiretti (versione 2016)	203-1 Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Pag. 62 - 67 Il progetto #YouthEmpowered rientra nella categoria di engagement pro-bono.	
	203-2 Impatti economici indiretti significativi	Pag. 62 - 67	

CITTADINANZA D'IMPRESA**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 11, 20, 62 - 67, 75	
--	--	--------------------------	--

	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 11, 62 - 67
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 11, 20, 62 - 67
GRI 203: Impatti economici indiretti (versione 2016)	203-1 Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Pag. 62 - 67 Il progetto #YouthEmpowered rientra nella categoria di engagement pro-bono
	203-2 Impatti economici indiretti significativi	Pag. 62 - 67

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: COMUNITÀ LOCALI

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 64 - 69, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 64 - 69
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 64 - 69
GRI 413: Comunità locali (versione 2016)	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Pag. 62 - 67

APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 28 - 30, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 28 - 30
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 28 - 30
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (versione 2016)	204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali	Nord: 66% Centro: 9% Sud: 9% Estero: 16% La definizione di "locale" fa riferimento alle regioni italiane dal momento che il Gruppo svolge la propria attività esclusivamente sul territorio italiano. I dati sono rappresentati in forma aggregata mediante la determinazione di macro-aree geografiche di vendita secondo la classificazione Nielsen (Nord, Centro, Sud ed Estero). I principali uffici operativi sono situati negli stabilimenti di produzione.

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 28 - 30, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 28 - 30
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 28 - 30
GRI 308-1: Valutazione ambientale dei fornitori (versione 2016)	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	Nel corso del 2020, Coca-Cola HBC Italia, ha valutato secondo criteri ambientali un totale di 11 fornitori, pari al 6% dei nuovi fornitori totali.

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 28 - 30, 75
--	--	----------------------

	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 28 - 30
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 28 - 30
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (versione 2016)	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Nel corso del 2020, Coca-Cola HBC Italia, ha valutato secondo criteri sociali un totale di 190 fornitori, pari al 100% dei nuovi fornitori totali.

INTEGRITÀ DEL BUSINESS E CORPORATE GOVERNANCE**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: ANTICORRUZIONE**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 11, 20, 72 - 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 11, 72 - 74
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 11, 20, 72 - 74
GRI 205: Anticorruzione (versione 2016)	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Il 100% delle sedi operative (inclusi tutti gli stabilimenti) e dei processi aziendali di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture è valutato per i rischi legati alla corruzione.

205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione

Tutti e 4 i componenti del CdA di Coca-Cola HBC Italia, i 4 componenti del CdA di Fonti del Vulture (a nomina del socio Coca-Cola HBC Italia) e il Senior Leadership Team (SLT) hanno ricevuto una copia del Codice di Comportamento negli Affari e del Manuale Anticorruzione. Il 100% dei dipendenti di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture hanno ricevuto una copia (cartacea o virtuale) del Codice di Comportamento negli Affari e del Manuale Anticorruzione e/o sono stati invitati al relativo training negli ultimi due anni. Nel 2020 è stata promossa la settimana dell'etica e della compliance in tutti i paesi in cui opera il Gruppo con sessioni dedicate alle politiche AB e COBC. Per gli stakeholder esterni di Coca-Cola HBC Italia, il Manuale Anticorruzione, così come le altre principali policy in materia di integrità e onestà nella conduzione degli affari, sono resi noti tramite pubblicazione sul sito web istituzionale e inclusi negli eventuali contratti. Tutti e 4 i componenti del CdA di Coca-Cola HBC Italia, i 2 componenti del CdA di Fonti del Vulture (a nomina del socio Coca-Cola HBC Italia) e il Senior Leadership Team (SLT), sono tenuti ad effettuare i training sul Codice di Comportamento negli Affari e sul Manuale Anticorruzione ogni due anni, ed hanno ricevuto una copia del Codice di Comportamento negli Affari e del Manuale Anticorruzione. Due membri del CdA di Fonti del Vulture (50% dei componenti del CdA) non sono tenuti ad effettuare questi training, in quanto non dipendenti di Fonti del Vulture né di Coca-Cola HBC Italia, e nominati da altro socio. Il 100% dei dipendenti di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture sono tenuti ad effettuare i training sul Codice di Comportamento negli Affari ogni due anni. Il 100% dei dipendenti considerati a rischio corruzione sono tenuti ad effettuare il training anticorruzione annualmente. Nel 2020 tale attività formativa è stata momentaneamente interrotta secondo le linee guida del Gruppo, a causa della pandemia da Covid-19.

	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel corso del 2020 non sono stati segnalati casi di corruzione accertati che hanno portato a licenziamento nei confronti di dipendenti o a provvedimenti per cui contratti con i partner commerciali sono stati risolti o non sono stati rinnovati a causa di violazioni legate alla corruzione. Inoltre, durante il periodo di rendicontazione, non ci sono stati episodi di cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro Coca-Cola HBC Italia o i suoi dipendenti.
--	---	---

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 11, 20, 72 - 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 11, 72 - 74
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 11, 20, 72 - 74
GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale (versione 2016)	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Nel corso del 2020 non si sono presentate azioni legali in corso o concluse in materia di comportamento anticoncorrenziale, violazione delle normative antitrust e relative pratiche monopolistiche nelle quali Coca-Cola HBC Italia è stata identificata come partecipante.

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: COMPLIANCE AMBIENTALE

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 11, 20, 26, 72 - 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 11, 26, 72 - 74
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 11, 20, 26, 72 - 74
GRI 307 Compliance ambientale (versione 2016)	307-1 Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	Nel corso del 2020 non si sono registrate pene pecuniarie e sanzioni non monetarie significative riferite a non conformità con leggi e normative in materia ambientale.

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 11, 20, 72 - 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 11, 72 - 74
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 11, 20, 72 - 74
GRI 419 Compliance socioeconomica (versione 2016)	419-1 Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Nel corso del 2020 non si sono registrate pene pecuniarie e sanzioni non monetarie significative riferite a non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica.

PACKAGING E GESTIONE DEI RIFIUTI**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: MATERIALI**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 26 - 28, 31, 37 - 39, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 26 - 28, 31, 37 - 39

	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 26 - 28, 31, 37 - 39
GRI 301 Materiali (versione 2016)	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Tutti i materiali sono acquistati da fornitori esterni.
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Circa il 7% dei materiali utilizzati proviene da riciclo. Il dato tiene in considerazione il quantitativo totale del PET di origine vegetale, il 70% dell'alluminio e il 19% del vetro.

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: SCARICHI IDRICI E RIFIUTI

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 26 - 27, 36 - 39, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 26 - 27, 36 - 39
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 26 - 27, 36 - 39
GRI 306: Scarichi idrici e rifiuti (versione 2016)	306-2 Rifiuti per tipologia e metodo di smaltimento	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. I rifiuti sono conferiti a impianti di recupero/ smaltimento autorizzati, sottoposti a periodici audit da parte della funzione HSE di CCHBCI, secondo un calendario prestabilito. L'unico sito che effettua trattamento diretto dei rifiuti è il plant di Nogara, che dispone di autorizzazione per il trattamento dei rifiuti costituiti da prodotto non conforme da distruggere.

CLIMATE CHANGE ED EFFICIENZA ENERGETICA**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: ENERGIA**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 26, 32, 40, 43, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 26, 32, 40, 43
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 26, 32, 40, 43
GRI 302: Energia (versione 2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Tutte le fonti di energia consumata vengono misurate separatamente, per tipologia e per stabilimento su base mensile attraverso un software specializzato. I fattori di conversione utilizzati sono basati sul valore calorico, in linea con il manuale di Coca-Cola HBC. Coca-Cola HBC Italia non vende energia per riscaldamento, vapore o raffreddamento. Nel 2018 è stata avviata la produzione di energia biogenica a Oricola, in cui il biogas viene convertito in elettricità e viene venduto (la quantità è comunque molto bassa). Al fine di evitare il double-counting, è stata considerata solo l'energia acquistata da impianti di cogenerazione non di proprietà e non l'energia autoprodotta da impianti di proprietà, in quanto sono stati considerati i consumi di combustibili non rinnovabili e rinnovabili utilizzati per gli impianti di cogenerazione di proprietà.

302-3 Intensità energetica	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Per il calcolo dell'indice di intensità energetica non viene utilizzato il valore riportato per l'indicatore GRI 302-1, ma tutta l'energia elettrica, i combustibili fossili, il vapore, il riscaldamento e il raffreddamento utilizzati negli impianti di imbottigliamento, con l'esclusione del carburante della flotta aziendale.
----------------------------	--

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: EMISSIONI

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 26, 32, 37, 42 - 43, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 26, 32, 37, 42 - 43
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 26, 32, 37, 42 - 43
GRI 305: Emissioni (versione 2016)	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Lo Scope 1 include le attività sotto il controllo operativo del Gruppo. Nel calcolo sono inclusi i seguenti gas: CO ₂ , NH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC. Nel rendicontare le emissioni il Gruppo utilizza il "Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard". I fattori di emissione provengono dai GHG Protocol tool for stationary and mobile combustion, la fonte dei gas refrigeranti è GWP IPCC 2007. L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo.
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Lo Scope 2 include le attività sotto il controllo operativo del Gruppo. Nel calcolo sono inclusi i seguenti gas: CO ₂ , NH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC. Nel rendicontare le emissioni il Gruppo utilizza il "Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard". L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo.
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Nel calcolo dello Scope 3 sono inclusi i seguenti gas: CO ₂ , NH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC. Nel rendicontare le emissioni il Gruppo utilizza il "Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard". L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo.
	305-4 Intensità di emissione	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.

GESTIONE DELL'ACQUA**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: ACQUA E SCARICHI IDRICI**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 26, 28, 33, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 26, 28, 33
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 26, 28, 33

GRI 303: Acqua e scarichi idrici (versione 2018)	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Tutti gli stabilimenti utilizzano acqua estratta da pozzo, ad eccezione di Marcianise che utilizza sia acqua da pozzo che di acquedotto. In ognuno di essi è presente un impianto di trattamento delle acque reflue.
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Il D.Lgs. 152/2006 prevede specifici standard/limiti per gli effluenti scaricati, sia in acque superficiali che in fognatura. Tutti gli stabilimenti dispongono di autorizzazione allo scarico che prevede un periodico monitoraggio dei parametri degli inquinanti scaricati, nel pieno rispetto della normativa sopra citata.
	303-3 Prelievo idrico	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. I dati relativi all'acqua prelevata vengono monitorati su base mensile, attraverso l'utilizzo di software specializzati, e i progressi vengono confrontati con gli obiettivi di utilizzo mensili dell'acqua. In linea con la metodologia di Gruppo, la classificazione delle aree sottoposte a stress idrico è stata definita mediante il tool "Water Risk Filter". A partire dal 2020 l'area di riferimento per i prelievi idrici dello stabilimento di Rionero è stata classificata come sottoposta a stress idrico. Si segnala inoltre che il 100% delle acque prelevate corrisponde ad acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali).

BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: OCCUPAZIONE**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 48, 66, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 48, 66
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 48, 66
GRI 401: Occupazione (versione 2016)	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Dal conteggio delle uscite e dal calcolo del relativo turnover vengono esclusi i passaggi infragruppo e a corporate employees, i contratti a scadenza, i contratti cessati il 31.12 o terminati nel corso dell'anno su base volontaria e in accordo con le rappresentanze sindacali.
	401-3 Congedo parentale	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. A partire dal 2019, in linea con le metodologie di rendicontazione di CCHBC, sono state incluse ulteriori tipologie di congedi parentali per il calcolo dell'indicatore.

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 48, 56, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 48, 56

	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 48, 56
GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (versione 2016)	402-1 Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi	Pag. 56
INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO		
GRI 103: Approccio di gestione (versione 2018)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 48, 57 - 59, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 48, 57 - 59
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 48, 57 - 59
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (versione 2018)	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Il sistema di gestione di sicurezza, sia Coca-Cola HBC Italia che Fonti del Vulture, è certificato secondo lo standard ISO 45001, rispettando la politica aziendale di Gruppo e di Company. All'interno del sistema di gestione viene garantito il rispetto e mantenimento della conformità legislativa applicabile. L'applicazione del sistema di gestione è valida a 360 gradi rispetto ai processi aziendali in scope nella certificazione. Il campo di applicazione della certificazione ISO 45001 di Coca-Cola HBC Italia è il seguente: "Produzione di bevande a marchio The Coca-Cola Company, dal ricevimento di materie prime allo stoccaggio del prodotto finito nei magazzini interni. Distribuzione e vendita sul territorio di Coca-Cola HBC Italia delle bevande prodotte". Il campo di applicazione della certificazione ISO 45001 di Fonti del Vulture è il seguente: "coltivazione e imbottigliamento acque minerali". Non vi sono dipendenti né attività aziendali esclusi dal campo di applicazione della certificazione, sia per Coca-Cola HBC Italia che per Fonti del Vulture.
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Il processo di individuazione dei pericoli e di valutazione dei rischi è effettuato, in ciascun sito aziendale così come per Sesto Head Quarters e per la funzione Sales, dal rispettivo Servizio di Prevenzione e Protezione, in piena conformità a quanto previsto dal D. Lgs 81/2008. In ogni sito aziendale e nella funzione Sales è implementato un sistema di monitoraggio e reporting all'H&S Manager dei near miss e situazioni pericolose. L'H&S Manager guida l'analisi delle cause che ne hanno determinato l'occorrenza e l'implementazione delle necessarie azioni correttive. A seguito di ogni incidente correlato al lavoro occorso in un dato sito o funzione Sales, l'H&S manager di competenza conduce una analisi approfondita delle cause primarie che hanno causato il manifestarsi dell'evento, utilizzando la metodologia dei "5 perchè". L'analisi è condotta con il coinvolgimento di altre figure aziendali (testimoni dell'evento, RLS, colleghi esperti). Per ogni incidente, sono quindi definite specifiche azioni correttive sottoposte a monitoraggio periodico.

	403-3 Servizi di medicina del lavoro	In ogni sito aziendale e nella funzione SALES è istituito il Servizio di Prevenzione e Protezione dai Rischi che opera conformemente a quanto previsto dal D. Lgs 81/2008.
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	A partire da giugno 2020 è stato istituito il Country RLS Committee e vengono effettuati incontri trimestrali effettuati da 26 membri nominati dal General Manager, inclusi i rappresentanti dei lavoratori, con lo scopo di consolidare ed incrementare la cultura e la consapevolezza in ambito H&S mediante una sempre più crescente partecipazione e consultazione dei lavoratori sulle tematiche specifiche, rafforzando la collaborazione con gli stessi per raggiungere i più alti standard di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro anche in accordo a quanto previsto dalla norma ISO 45001:2018.
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	La formazione in tema di salute e sicurezza è svolta secondo quanto previsto dall'Accordo Stato-Regioni 21.12.2011 in materia di formazione dei lavoratori, dirigenti e preposti. Essa copre la formazione generale, quella specifica incentrata sui rischi associati alle diverse mansioni aziendali, quella per preposti e per dirigenti. Per tutti, è previsto un aggiornamento periodico di 6h ogni 5 anni. Oltre alla formazione prevista da tale Accordo, sono erogati anche corsi che seguono normative specifiche (primo soccorso, antincendio, uso attrezzature di lavoro, formazione in materia BBS).
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Tutti i lavoratori di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture sono soggetti alla sorveglianza sanitaria secondo quanto previsto dall'art 41 del D. Lgs 81/2008. In ogni sito e nella funzione Sales sono nominati medici competenti: essi svolgono le visite mediche sulla base del protocollo sanitario stilato sulla base del documento di valutazione dei rischi in essere. Inoltre, nel corso del 2020, ai lavoratori della sede di Sesto San Giovanni è stato offerto il vaccino antinfluenzale (110 persone).
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	L'approccio adottato dall'organizzazione ai fini della mitigazione degli impatti negativi in materia H&S è descritto nella politica in materia H&S. Per garantire un ambiente di lavoro sicuro e che garantisca il benessere dei lavoratori l'azienda si impegna a: - garantire che i rischi per la salute e la sicurezza associati ai processi e agli ambienti di lavoro siano controllati al fine di prevenire infortuni e malattie professionali, - assicurare che tutti i dipendenti a ogni livello dell'organizzazione capiscano e si impegnino a rispettare e ad implementare le procedure e le politiche per la salute e la sicurezza favorendo corrette e sicure prassi operative e l'uso dei dispositivi di protezione individuale, - prevedere il coinvolgimento e la partecipazione dei dipendenti o dei loro rappresentanti alle attività per l'eliminazione e la riduzione dei rischi presenti nei luoghi di lavoro.

		<ul style="list-style-type: none"> - sviluppare competenze in materia di salute e sicurezza attraverso un programma di formazione efficace a tutti i livelli dell'organizzazione, - investigare per determinare le cause profonde di eventuali incidenti, infortuni sul lavoro e malattie professionali e intraprendere le necessarie azioni per prevenirne il ripetersi.
403-9 Infortuni sul lavoro	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Coca-Cola HBC Italia rendiconta gli infortuni gravi rispetto alla metodologia di Gruppo indicata all'interno del "White Book", in cui rientrano casistiche più ampie rispetto a quelle richieste dai GRI Standards. Il tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro è calcolato come il rapporto tra i decessi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) è calcolato come il rapporto degli infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come il rapporto tra gli infortuni sul lavoro registrabili avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il dato relativo alle ore lavorate dai lavoratori esterni è stato stimato secondo le migliori metodologie disponibili.	

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: FORMAZIONE E ISTRUZIONE

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 48 - 51, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 48 - 51
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 48 - 51
GRI 404: Formazione e istruzione (versione 2016)	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.

DIRITTI UMANI, INCLUSIONE E GESTIONE DELLA DIVERSITÀ**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 48, 55, 67, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 48, 55, 67
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 48, 55, 67
GRI 405: Diversità e pari opportunità (versione 2016)	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.

	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.
INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: NON DISCRIMINAZIONE		
GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 48, 55, 67, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 48, 55, 67
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 48, 55, 67
GRI 406: Non discriminazione (versione 2016)	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel corso del 2020 non sono stati rilevati episodi di discriminazione basati su razza, colore, sesso, religione, opinione politica, discendenza nazionale o origine sociale.
INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA		
GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 48, 56, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 48, 56
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 48, 56
GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (versione 2016)	407-1 Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio	Nessun episodio nel 2020. Non sono state registrate attività di fornitori a rischio di violazione della libertà di associazione collettiva.
INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: LAVORO MINORILE		
GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 29, 48, 55, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 29, 48, 55
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 29, 48, 55
GRI 408: Lavoro minorile (versione 2016)	408-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Nessun episodio nel 2020. Nessuna attività o fornitore a rischio di episodi di lavoro minorile Coca-Cola HBC Italia rispetta tutte le leggi locali sull'età minima per l'impiego, come previsto dalla Convenzione ILO 138. Inoltre, vieta l'assunzione di individui che abbiano meno di 18 anni per le posizioni in cui è richiesto lavoro pericoloso, come previsto dalla Convenzione ILO 182. Tutti i fornitori devono firmare e accettare i principi guida dei fornitori di CCHBC quando entrano in relazione con CCHBC. I principi guida dei fornitori includono anche una clausola riguardante il lavoro minorile e il lavoro forzato.
INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO		
GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 29, 48, 55, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 29, 48, 55
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 29, 48, 55

GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio (versione 2016)	409-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	Nessun episodio nel 2020. Nessuna attività o fornitore a rischio di episodi di lavoro forzato o obbligatorio. Tutti i fornitori devono firmare e accettare i principi guida dei fornitori di CCHBC quando entrano in relazione con CCHBC. I principi guida dei fornitori includono anche una clausola riguardante il lavoro minorile e il lavoro forzato.
--	--	---

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: VALUTAZIONE DEL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 20, 29, 48, 55, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 29, 48, 55
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, 29, 48, 55
GRI 412: Valutazione del rispetto dei diritti umani (versione 2016)	412-2 Formazione dei dipendenti sulle politiche o le procedure sui diritti umani	Non sono stati svolti corsi di formazione riguardanti i diritti umani nel 2020.

BENESSERE E NUTRIZIONE**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 13, 20, 44 - 45, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 13, 44 - 45
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 13, 20, 44 - 45
G4 Sector Disclosures - Food Processing (versione 2014)	FP6 Percentuale dei volumi di vendita totali di prodotti di consumo, suddivisi per categoria, con ridotto contenuto di grassi saturi, acidi grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti	21% - Bevande gassate 22% - Energy drink
G4 Sector Disclosures - Food Processing (versione 2014)	FP7 Percentuale dei volumi di vendita totali di prodotti di consumo, suddivisi per categoria, che contengono ingredienti arricchiti di sostanze nutritive quali fibre, vitamine, minerali, fitochimici o additivi alimentari funzionali	19% - Succhi di frutta 6% - Sport drinks 100% - Plant dairy

QUALITÀ DEL PRODOTTO**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 13, 20, 44 - 45, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 13, 44 - 45
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 13, 20, 44 - 45
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (versione 2016)	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Coca-Cola HBC Italia opera secondo un principio di "tolleranza zero" verso le non conformità in tema di sicurezza e qualità alimentare. A testimonianza di tale impegno, nel corso del 2020 non si sono registrati episodi di violazione riguardo regolamenti e/o codici volontari relativi agli impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi offerti

MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILE**INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: MARKETING ED ETICHETTATURA**

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 13, 20, 44 - 45, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 13, 44 - 45
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 13, 20, 44 - 45
GRI 417: Marketing ed etichettatura (versione 2016)	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Nel corso del 2020 non si sono registrati episodi di non conformità riguardanti le informazioni e l'etichettatura di prodotti e servizi
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Nel corso del 2020 non si sono registrate pene pecuniarie e sanzioni non monetarie significative riferite a non conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione in materia di comunicazioni di marketing, tra cui pubblicità, promozione e sponsorizzazioni.

INNOVAZIONE

GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016)	103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro	Pag. 17, 20, 29, 31, 34 - 35, 37 - 43, 45, 59, 75
	103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti	Pag. 17, 29, 31, 34 - 35, 37 - 43, 45, 59
	103-3 Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 17, 20, 29, 31, 34 - 35, 37 - 43, 45, 59

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE



Deloitte & Touche S.p.A.
Piazza Malpighi, 4/2
40123 Bologna
Italia

Tel: +39 051 65811
Fax: +39 051 230874
www.deloitte.it

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

Al Consiglio di Amministrazione di Coca-Cola HBC Italia S.r.l.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*“limited assurance engagement”*) del Rapporto di Sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. (di seguito anche “Società”) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2020.

Responsabilità degli Amministratori per il Rapporto di Sostenibilità

Gli Amministratori di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. sono responsabili per la redazione del Rapporto di Sostenibilità in conformità ai *“Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards”* definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* (“GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del Rapporto di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Rapporto di Sostenibilità che non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi della Società in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l’identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall’*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l’*International Standard on Quality Control 1* (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Rapporto di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel *“International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information”* (di

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.328.220,00 i.v.

Codice Fiscale/Registro delle Imprese di Milano Monza Brianza Lodi n. 03049560166 - R.E.A. n. Mi-1720239 | Partita IVA: IT 03049560166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata (“DTTL”), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche “Deloitte Global”) non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l’informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all’indirizzo www.deloitte.com/about.

© Deloitte & Touche S.p.A.



seguito anche “ISAE 3000 Revised”), emanato dall’*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Rapporto di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l’ISAE 3000 Revised (*“reasonable assurance engagement”*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Rapporto di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Rapporto di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all’acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1) analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Rapporto di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- 2) comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Rapporto di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Rapporto di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:

- a livello di Società:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Rapporto di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per i seguenti siti, sede di Sesto San Giovanni e il sito produttivo di Nogara, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato riunioni da remoto nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

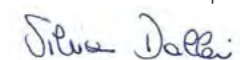
Deloitte.

3

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Rapporto di Sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Rapporto di Sostenibilità.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



Silvia Dallai
Socio

Bologna, 28 maggio 2021

Coordinamento Progetto Editoriale
Dipartimento Public Affairs e Comunicazione
COCA-COLA HBC ITALIA

Supporto metodologico
Avanzi - Sostenibilità per Azioni

Design
Graphicamente - MI

Illustrazioni
Valentina Magnaschi

Carta certificata FSC



**Coca-Cola HBC
Italia**