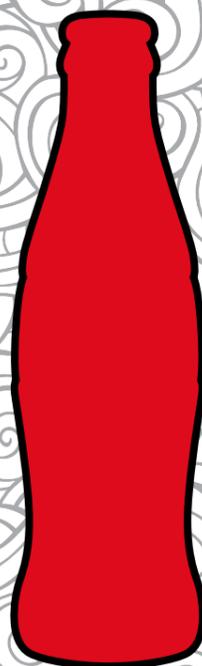


Rapporto di Sostenibilità 2016



Coca-Cola HBC
Italia





Lettera agli Stakeholder
2

Highlight della Sostenibilità
3

Il percorso della Sostenibilità

La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia - L'ascolto degli stakeholder - L'analisi di materialità
3

Identità aziendale

Solidità e dinamismo proiettati al futuro

"Pillole" di storia - I valori di Coca-Cola HBC Italia

Corporate governance, etica degli affari e lotta alla corruzione - La gamma dei prodotti Coca-Cola
8

Lavoro

Energia per la crescita

Le persone di Coca-Cola HBC Italia - Sicurezza e benessere dei dipendenti
22

Mercato

Rispondere a ogni sfida

Produzione e vendite

36

Ambiente

Crescere in modo responsabile

La gestione delle risorse - La gestione dei rifiuti - Le emissioni

44

Comunità

L'impegno a creare valore

L'impatto economico e occupazionale in Italia - La partecipazione sociale

56

Glossario

64

Tabella di correlazione con il GRI-G4

65

Cari Stakeholder

la sostenibilità rappresenta un elemento cardine nella strategia della nostra azienda, in linea con l'impegno del Gruppo Coca-Cola Hellenic Bottling Company che ha definito un piano di sostenibilità 2020 ed è risultato - per il quarto anno consecutivo - leader europeo e mondiale nel settore beverage secondo i parametri del Dow Jones Sustainability Index.

Nel corso del 2016 abbiamo intensificato gli sforzi per ridurre ulteriormente l'impatto ambientale: vorrei in particolare evidenziare l'impegno nella gestione dell'acqua, attestato dalla conferma della certificazione "European Water Stewardship" per gli stabilimenti di Nogara e Rionero in Vulture, in fase di ottenimento anche per i siti produttivi di Oricola e Marcanise. Inoltre, nell'ottica di una crescita sostenibile, abbiamo ottenuto una diminuzione del 18% delle emissioni di CO₂, grazie anche ai continui investimenti per migliorare le nostre strutture: tra queste, sono orgoglioso di segnalare il nuovo impianto di cogenerazione dello stabilimento di Marcanise, inaugurato a giugno del 2016 alla presenza, tra gli altri, dell'allora Primo Ministro Matteo Renzi e del Presidente della Regione Campania Vincenzo De Luca.

La prima forza che ci consente di fissare obiettivi sfidanti e raggiungere preziosi risultati è il lavoro quotidiano di tutte le persone della sede, degli stabilimenti e della forza vendita, a cui offriamo un ambiente di lavoro sicuro, che favorisca lo sviluppo dei talenti. A febbraio 2017 Coca-Cola HBC Italia ha ottenuto per il secondo anno consecutivo la certificazione Top Employers Italia, conferita alle aziende che si distinguono per le eccellenti condizioni di lavoro e che sviluppano avanzate politiche di welfare aziendale.

Gli uomini e le donne di Coca-Cola HBC Italia sono anche i veri protagonisti della presenza dell'azienda sul territorio, giunta, nel 2017, all'importante traguardo di 90 anni dall'inizio della produzione industriale nel Paese.

Proprio in virtù di questo traguardo vogliamo essere anche uno strumento di sviluppo economico e occupazionale delle comunità, focalizzandoci in particolare sull'orientamento e la formazione dei giovani, in considerazione dell'alto tasso di disoccupazione giovanile che affligge il Paese. Nel 2017, con il progetto #YouthEmpowered, incontriamo migliaia di giovani supportandoli nelle loro scelte professionali future e fornendo competenze utili per l'ingresso nel mondo del lavoro, grazie al coinvolgimento diretto delle nostre persone.

Per continuare a migliorare riteniamo fondamentale l'attività di ascolto dei nostri stakeholder; per questo abbiamo aumentato il numero degli interlocutori intervistati per l'attività di rendicontazione riportata in questo Rapporto. La loro voce rappresenta uno stimolo indispensabile per comprendere le direttrici su cui concentrare il nostro impegno e, al contempo, per ricercare le soluzioni migliori, utili a generare valore condiviso. Vogliamo proseguire nel percorso di partecipazione allo sviluppo del territorio italiano, in continuità con i nostri primi 90 anni, augurandoci di festeggiare insieme molti altri importanti successi.

Vitaliy Novikov

Amministratore Delegato Coca-Cola HBC Italia

Highlight della sostenibilità

I numeri chiave realizzati da Coca-Cola HBC Italia per il 2016 sono i seguenti:

4

stabilimenti produttivi in Italia di cui 3 di Coca-Cola HBC Italia e 1 di Fonti del Vulture

1.993 dipendenti

di cui 1.922 di Coca-Cola HBC Italia e 71 di Fonti del Vulture

813 milioni di euro

le risorse generate nel sistema economico italiano

60.000

le persone che dipendono parzialmente o totalmente dai redditi di lavoro generati da Coca-Cola

Certificazione Top Employers Italia

come azienda che si è distinta per le eccellenti condizioni di lavoro riservate ai dipendenti

58.205 ore

di formazione annue per i lavoratori

-43,9%

di infortuni rispetto al 2015.

86%

dei fornitori con sede in Italia

98,43%

dei rifiuti generati dagli stabilimenti

Certificazione EWS

European Water Stewardship ricevuta dagli stabilimenti di Nogara e Rionero in Vulture per la corretta gestione delle risorse idriche

-18,5%

le emissioni di CO₂ rispetto al 2015.

2,9 milioni di persone

raggiunte con il progetto Fabbriche Aperte, il programma educativo per le scuole dedicato al riciclo e al corretto utilizzo di acqua

1.197

casse di prodotto donate alle popolazioni dell'Italia centrale colpite dal terremoto di agosto e ottobre 2016

Il percorso della sostenibilità

L'impegno per la sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia si basa sulla volontà di assicurare il successo e la continuità dell'impresa nel tempo, con la riduzione progressiva della sua impronta ambientale e con il contributo al miglioramento della qualità della vita nelle comunità di riferimento. Responsabilità e sostenibilità sono elementi fondamentali nella cultura aziendale: la strategia di sviluppo del business si basa infatti sul principio della creazione e condivisione del valore con tutti gli interlocutori dell'azienda, dipendenti, consumatori, clienti, comunità, territori.

Per queste ragioni, di fronte alle crescenti sfide in fatto di sostenibilità, Coca-Cola HBC Italia ha individuato una serie di attività prioritarie per il proprio business e per i propri stakeholder nelle seguenti aree di interesse:



LAVORO



MERCATO



GESTIONE AMBIENTALE



COMUNITÀ LOCALI

Su ognuna di queste tematiche l'azienda, in linea con le politiche per la sostenibilità del Gruppo, ha definito obiettivi e azioni, che misura e monitora nei progressi compiuti con lo stesso rigore applicato all'analisi dei risultati di business.

Coca-Cola Hellenic Bottling Company leader di sostenibilità

A settembre 2017 Coca-Cola Hellenic Bottling Company è stata nominata, per il quarto anno consecutivo, leader europeo e mondiale di sostenibilità del settore delle bevande secondo la valutazione del Dow Jones Sustainability Index.

Nato nel 1999, il Dow Jones Sustainability Index è il primo indice che valuta le performance finanziarie delle compagnie mondiali che seguono principi sostenibili. Gli indici DJSI selezionano le imprese con le migliori performance di sostenibilità tra quelle a maggiore capitalizzazione (le prime 317 su 2.500 al mondo per l'indice World e le prime 162 su 600 europee per l'indice Europe) sulla base delle valutazioni elaborate dall'agenzia RobecoSAM.

In particolare, Coca-Cola Hellenic Bottling Company è stata inclusa nella valutazione del DJSI per il nono anno, ottenendo un punteggio totale di 90/100, 38 punti in più rispetto alla media del settore.

Nel 2016 Coca-Cola HBC ha annunciato i nuovi 7 obiettivi che entro il 2020 si propone di ottenere globalmente, nei 28 Paesi in cui è presente:

- portare al 40% la percentuale di energia ricavata da fonti energetiche pulite e rinnovabili; recuperare una media del 40% del packaging che immette sul mercato; utilizzare il 20% di PET riciclato e/o PET proveniente da materiali rinnovabili sul totale del PET utilizzato; ridurre del 25% il packaging per litro di bevanda prodotta; certificare oltre il 95% dei principali ingredienti agricoli secondo le Linee Guida per l'Agricoltura Sostenibile di Coca-Cola; investire almeno il 2% dell'utile ante imposte nelle comunità; raddoppiare il numero di dipendenti coinvolti in iniziative di volontariato durante l'orario di lavoro, fino ad includere il 10% dello staff.

Questi sette nuovi obiettivi si vanno ad aggiungere agli impegni già annunciati nel 2015, per la riduzione del consumo d'acqua e dell'intensità delle emissioni dirette di CO₂ dell'azienda, rispettivamente del 30% e del 50%, sempre entro il 2020.

Il risultato ottenuto da Coca-Cola Hellenic Bottling Company rappresenta un traguardo estremamente significativo, data la capacità del Gruppo di mantenere una posizione di leadership globale per quattro anni consecutivi, all'interno di uno dei più autorevoli ed universalmente riconosciuti ranking di sostenibilità aziendale al mondo. Il Piano di Sostenibilità 2020 formulato a livello di Gruppo rappresenta dunque il riferimento anche per Coca-Cola HBC Italia nel perseguire i propri obiettivi di sviluppo sostenibile, in particolare nei suoi capisaldi:

1

continuare a ridurre l'impatto ambientale con una diminuzione a doppia cifra delle emissioni di CO₂;

2

ridurre ulteriormente la quantità di acqua utilizzata per la produzione di un litro di bevanda e la quantità di materiali per l'imballaggio;

3

investire per il benessere della comunità, focalizzandosi sulla tutela dell'ambiente e della risorsa idrica e sull'orientamento e la formazione dei giovani.

Questi sono gli ambiti significativi per Coca-Cola HBC Italia in linea con quelli del Gruppo che contribuiscono agli sforzi globali per raggiungere i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) adottati dalle Nazioni Unite.

In particolare, le aree in cui attraverso Coca-Cola HBC Italia può apportare il proprio contributo più significativo sono:



OBIETTIVO 6

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



OBIETTIVO 8

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



OBIETTIVO 11

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



OBIETTIVO 13

Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico.



OBIETTIVO 17

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

La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia

Coca-Cola HBC Italia ha intrapreso il proprio percorso in materia di responsabilità sociale d'impresa dal 2004, pubblicando annualmente il Rapporto di Sostenibilità, giunto con la presente edizione alla sua tredicesima annualità.

Si tratta dello strumento con cui l'azienda presenta le sue politiche di sostenibilità e rendiconta i risultati ottenuti nelle diverse aree di impegno. A partire dal 2011 è stato inoltre realizzato un sito internet dedicato (www.lanostraricetta.com) in grado di offrire una rappresentazione semplice e completa delle strategie e azioni dell'azienda.

Il perimetro di riferimento per la redazione del Rapporto di Sostenibilità 2016 riguarda il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2016 sia per Coca-Cola HBC Italia S.r.l. sia per la società **Fonti del Vulture S.r.l.**. Le informazioni si riferiscono alle attività realizzate nei **4 stabilimenti produttivi presenti in Italia, di cui 3 di Coca-Cola HBC Italia e 1 di Fonti del Vulture**, cui si aggiunge lo **stabilimento di imbottigliamento di acqua minerale di Monticchio**, in provincia di Potenza, ricompreso nel perimetro 2016 per il solo primo trimestre (la proprietà è stata ceduta dal 1° aprile 2016).

Per realizzare il presente Rapporto di Sostenibilità, Coca-Cola HBC Italia, sotto il coordinamento della Direzione Public Affairs & Communication, ha compiuto un processo interno di coinvolgimento della struttura organizzativa, attraverso contributi provenienti dalle diverse aree e funzioni aziendali. I dati sono stati raccolti attraverso apposite schede e interviste ai referenti di funzione, secondo l'approccio richiesto dallo standard GRI-G4, e successivamente verificati con un processo di controllo interno. Non è prevista l'assurance esterna del report. Inoltre per la realizzazione del presente Rapporto di Sostenibilità, **Coca-Cola HBC Italia ha rinnovato l'attività di ascolto dei propri interlocutori interni ed esterni, potendone così verificare le indicazioni anche al fine di costruire la matrice di materialità.** La mappatura e l'ascolto degli stakeholder sono state effettuate secondo le indicazioni dello Standard Internazionale AA1000-Stakeholder Engagement Standard. La redazione del Rapporto di Sostenibilità, anche per l'edizione 2016, segue le indicazioni dello Standard del Global Reporting Initiative GRI-G4. In base all'attuale copertura degli indicatori associati agli aspetti materiali e riepilogati nella tabella di correlazione finale, il livello di aderenza alle Linee Guida GRI-G4 è "in accordance - core".

In coerenza con lo standard, Coca-Cola HBC Italia ha aggiornato la propria analisi di materialità, il cui risultato finale è frutto della valutazione espressa dall'organizzazione e dai suoi stakeholder.

L'ascolto degli stakeholder

Gli stakeholder sono i soggetti su cui l'impresa produce un impatto e che, al contempo, hanno influenza sull'impresa stessa. Coca-Cola HBC Italia, nella gestione della propria responsabilità sociale, è attenta a garantire l'ascolto continuativo dei suoi stakeholder. Il dialogo è garantito attraverso diversi strumenti quali incontri e sondaggi, diretti a coinvolgere i dipendenti, i clienti, i fornitori, le organizzazioni non profit e ogni soggetto interessato. Di seguito è rappresentata la mappa degli stakeholder di Coca-Cola HBC Italia, costruita tenendo conto di tutti i principali interlocutori con cui l'azienda si relaziona nello svolgimento delle proprie attività.

LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER DI COCA-COLA HBC ITALIA

MERCATO

CONCORRENTI,
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

FORNITORI & PARTNER

FORNITORI DI MATERIE PRIME,
TRASPORTI, ALTRI FORNITORI
DI BENI E SERVIZI,
PARTNER COMMERCIALI

CLIENTI

GDO, Fragmented Trade

DIPENDENTI

OPERATIONS, SALES, STAFF,
ASSOCIAZIONI SINDACALI

SISTEMA COCA-COLA

COCA-COLA HELLENIC BOTTLING
COMPANY, COCA-COLA ITALIA

ISTITUZIONI

ISTITUZIONI NAZIONALI, ENTI PUBBLICI
LOCALI, AUTORITÀ PUBBLICHE

COMUNITÀ LOCALI

SCUOLA, CITTADINANZA

SOCIETÀ CIVILE

MEDIA - OPINION LEADER,
MONDO DELLO SPORT, ASSOCIAZIONI
AMBIENTALISTE,
COMUNITÀ MEDICO-SCIENTIFICHE,
UNIVERSITÀ, ASSOCIAZIONI NO PROFIT

CONSUMATORI

CONSUMATORI FINALI,
ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI



L'analisi di materialità

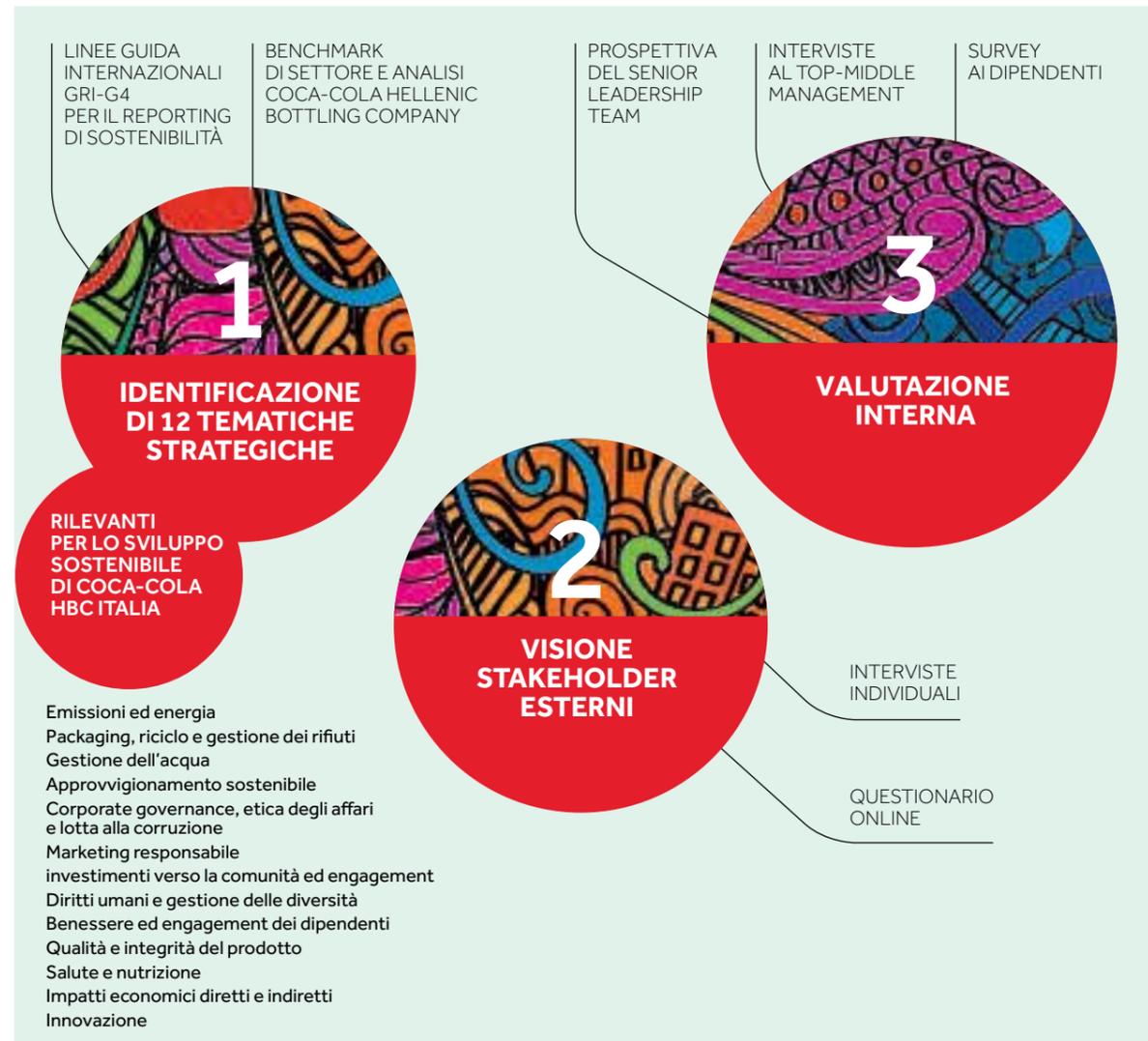
L'analisi della materialità è lo strumento attraverso cui definire i temi più rilevanti e significativi per l'azienda e per tutti i suoi stakeholder. Sono identificate infatti come "materiali" tutte le questioni che influenzano le decisioni, le azioni e le performance di un'organizzazione e/o dei suoi stakeholder. Le tematiche devono essere definite sia internamente all'organizzazione sia per gli stakeholder esterni, attraverso l'attivazione di specifiche iniziative d'ascolto e dialogo, al fine di comprendere la rilevanza complessiva dei temi "materiali".

Il Rapporto di Sostenibilità 2016 è stato costruito in continuità con lo scorso anno, a partire dalle istanze rilevate da Coca-Cola Hellenic Bottling Company: si tratta dei temi che producono impatti economici, sociali e ambientali rilevanti per il Gruppo, e che hanno rappresentato il punto di partenza per la declinazione dell'analisi di materialità nel contesto italiano.

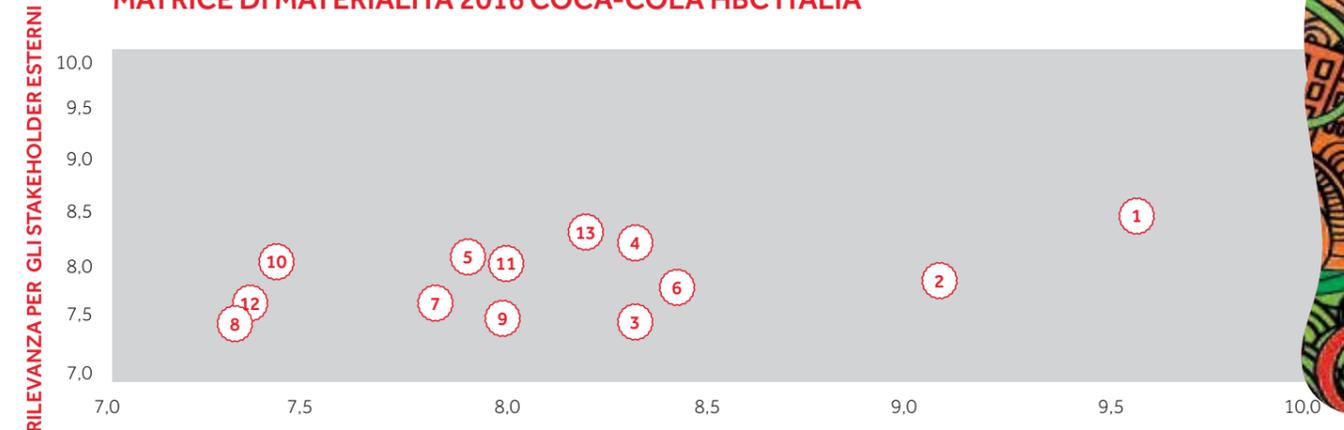
La valutazione delle tematiche, al fine di definirne il posizionamento sulla matrice e dunque il grado di rilevanza sia per l'organizzazione che per gli stakeholder, è stata svolta attraverso un ampio processo di coinvolgimento, interno ed esterno, che ha impiegato diversi strumenti:

- un questionario diretto al board di Coca-Cola HBC Italia, per definire al meglio la rilevanza dei temi proposti in coerenza con la strategia aziendale;
- un ciclo di interviste dirette a 11 top-middle manager;
- un questionario online, cui hanno risposto 45 manager, al fine di cogliere la loro visione strategica e la loro opinione in merito a quanto la sostenibilità sia integrata nei processi aziendali;
- un questionario online cui hanno risposto 42 stakeholder esterni, appartenenti alle diverse categorie di portatori di interesse;
- un ciclo di interviste individuali dirette a 6 stakeholder, rappresentati di Clienti (1), Fornitori (1), Associazioni di Categoria (1), Associazioni Sindacali (2), Università (1).

Il risultato del processo di ascolto è la matrice di materialità aggiornata di Coca-Cola HBC Italia. Tutti i temi considerati sono stati valutati significativi per l'azienda, con punteggi di almeno 7 su una scala da 1 a 10, in entrambe le dimensioni.



MATRICE DI MATERIALITÀ 2016 COCA-COLA HBC ITALIA



- 1** Qualità e integrità del prodotto
- 2** Corporate governance, etica degli affari e lotta alla corruzione
- 3** Salute e nutrizione
- 4** Gestione dell'acqua
- 5** Packaging, riciclo e gestione dei rifiuti
- 6** Benessere ed engagement dei dipendenti
- 7** Marketing responsabile
- 8** Approvvigionamento sostenibile
- 9** Investimenti verso la comunità ed engagement
- 10** I diritti umani e gestione della diversità
- 11** Impatti economici diretti e indiretti
- 12** Emissioni ed energia
- 13** Innovazione

I temi che presentano una maggiore rilevanza (un punteggio di almeno 8 su entrambi gli assi) sono oggetto di particolare approfondimento nel Rapporto di Sostenibilità 2016 e sono:

- qualità e integrità del prodotto
- gestione dell'acqua
- impatti economici diretti e indiretti
- innovazione*

Per ciascuna delle tematiche emerse come "materiali" è stato inoltre identificato il perimetro all'interno del quale si generano gli impatti che rendono ciascuna tematica rilevante, segnalando quali sono gli stakeholder, interni ed esterni, interessati.

Nella tabella con Coca-Cola HBC Italia si fa riferimento a Coca-Cola HBC Italia S.r.l., Fonti del Vulture S.r.l. e i rispettivi dipendenti.

PERIMETRO INTERNO ED ESTERNO DEI TEMI MATERIALI

TEMA	INTERNO	ESTERNO
Qualità e integrità del prodotto	Coca-Cola HBC Italia	Sistema Coca-Cola, clienti, consumatori, comunità locali, società civile
Corporate governance, etica degli affari e lotta alla corruzione	Coca-Cola HBC Italia	Istituzioni, fornitori&partner, sistema Coca-Cola, comunità locali, società civile
Salute e nutrizione	Coca-Cola HBC Italia	Sistema Coca-Cola, clienti, consumatori, comunità locali, società civile
Gestione dell'acqua	Coca-Cola HBC Italia	Istituzioni, comunità locali, società civile
Packaging, riciclo e gestione dei rifiuti	Coca-Cola HBC Italia	Clienti, fornitori&partner, istituzioni, comunità locali, società civile
Benessere ed engagement dei dipendenti	Coca-Cola HBC Italia	Sistema Coca-Cola
Marketing responsabile	Coca-Cola HBC Italia	Clienti, consumatori, società civile
Impatti economici diretti e indiretti	Coca-Cola HBC Italia	Fornitori & partner, istituzioni, comunità locali, società civile
Innovazione	Coca-Cola HBC Italia	Sistema Coca-Cola, fornitori&partner, clienti
Emissioni ed energia	Coca-Cola HBC Italia	Clienti, fornitori&partner, istituzioni, comunità locali, società civile
Approvvigionamento sostenibile	Coca-Cola HBC Italia	Fornitori&partner, istituzioni, comunità locali, società civile
I diritti umani e gestione della diversità	Coca-Cola HBC Italia	Fornitori&partner, istituzioni, comunità locali, Società civile
Investimenti verso la comunità ed engagement	Coca-Cola HBC Italia	Istituzioni, comunità locali, società civile

* Il tema Innovazione è emerso come rilevante per l'Italia durante l'attività di valutazione dei temi material effettuata nel 2015 dal Senior Leadership Team di Coca-Cola HBC Italia. Il tema in considerazione della sua rilevanza strategica è stato dunque confermato anche nel 2016 accanto ai temi rilevanti per il Gruppo.



Identità aziendale

Solidità e dinamismo proiettati al futuro

Coca-Cola HBC Italia è il principale imbottigliatore dei prodotti a marchio The Coca-Cola Company nel Paese, nonché leader nella produzione e distribuzione di bevande analcoliche nel Paese. Impiega quasi 2.000 dipendenti, dislocati nella sede centrale e negli stabilimenti di produzione.

Coca-Cola in Italia è presente dal 1919 con un marchio registrato e dal 1927 con l'avvio delle attività di imbottigliamento. Le attività di **Coca-Cola in Italia sono condotte da Coca-Cola HBC Italia S.r.l., Coca-Cola Italia S.r.l., Fonti del Vulture S.r.l. e Sibeg S.r.l.**

In particolare, Coca-Cola Italia S.r.l. è una società controllata da 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.

Coca-Cola HBC Italia S.r.l. imbottiglia e distribuisce i prodotti recanti marchi della The Coca-Cola Company attraverso i suoi clienti in tutta Italia, eccetto in Sicilia, regione in cui opera Sibeg S.r.l. dal 1960. Coca-Cola HBC Italia S.r.l. è inoltre responsabile del product merchandising, delle relazioni con i clienti, delle promozioni, delle attività di Corporate Social Responsibility e delle relazioni pubbliche e istituzionali.

Nel 2006, la The Coca-Cola Company e Coca-Cola HBC Italia sono entrate nel mercato delle acque minerali acquistando Fonti del Vulture S.r.l.

Coca-Cola HBC Italia è controllata da Coca-Cola Hellenic Bottling Company, azienda quotata alle borse di Londra e Atene, che opera con oltre 31.000 dipendenti attraverso 56 stabilimenti e 264 magazzini e centri di distribuzione, servendo 595 milioni di consumatori finali in 28 Paesi (oltre all'Italia, anche in Armenia, Austria, Bielorussia, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Cipro, Croazia, Estonia, Grecia, Irlanda del Nord, Lettonia, Lituania, Macedonia, Moldavia, Montenegro, Nigeria, Polonia, Repubblica Ceca, Repubblica d'Irlanda, Repubblica Slovacca, Romania, Russia, Serbia, Slovenia, Svizzera, Ucraina, Ungheria).

Ai fini del presente Rapporto si considerano dunque le società Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e Fonti del Vulture S.r.l. che operano attraverso quattro impianti di imbottigliamento¹ a Nogara (VR), Oricola (AQ), Marcanise (CE) e Rionero in Vulture (PZ). La sede centrale si trova a Sesto San Giovanni (MI), dove è stata trasferita nel 2015.

NOGARA Lo stabilimento di Nogara (Verona) è stato aperto nel 1975 e Coca-Cola HBC Italia vi opera dal 1995. Si tratta del sito produttivo dell'azienda più grande in Italia (138.000 mq). In questo stabilimento si producono Coca-Cola, Fanta, Sprite, Nestea, Powerade, Kinley, nei formati PET, vetro, lattine, Pre-Mix e Bag-in-Box.

ORICOLA Lo stabilimento di Oricola (L'Aquila) è stato inaugurato nel 1989. Coca-Cola HBC Italia vi opera dal 1995. Occupa un'area di 130.000.000 mq e produce Coca-Cola, Fanta, Sprite, Nestea e Kinley nei formati PET, Pre-Mix e Bag-in-Box.

MARCIANISE Lo stabilimento di Marcanise (Caserta) è stato inaugurato nel 1977. Coca-Cola HBC Italia vi opera dal 2008. Occupa un'area di 106.000 mq e produce Coca-Cola, Fanta, Sprite, Nestea e Kinley nei formati vetro, PET e lattine.

FONTI DEL VULTURE - RIONERO IN VULTURE Lo stabilimento di Rionero in Vulture (PZ), originariamente realizzato nel 1896, è stato ricostruito nel 1979. Coca-Cola HBC Italia vi opera dal 2006. Qui si imbottigliano alla fonte i marchi Lilia e Sveva in contenitori PET di vari formati.



¹ Dal 1° aprile 2016, Norda ha acquisito il sito produttivo di Monticchio (PZ) le concessioni minerarie e l'utilizzo dei marchi riguardanti le fonti Felicia, Solaria e Toka.



"Pillole" di storia

1927

Inizio attività in Italia con il primo stabilimento di produzione e di imbottigliamento di Coca-Cola della Società Romana Acque Gassose

1995

Dalla fusione di 11 società di imbottigliamento presenti nel Nord e Centro d'Italia (divenute 16 nel 1998) nasce Coca-Cola Bevande Italia S.p.A.

2003

Coca-Cola Bevande Italia S.p.A. viene incorporata in CCB Holdings Italia S.r.l., che nello stesso anno cambia la denominazione sociale in Coca-Cola Bevande Italia S.r.l.

2004

Pubblicazione del primo Rapporto socio-ambientale di Coca-Cola Bevande Italia S.r.l.

2005

Coca-Cola Bevande Italia S.r.l. assume la denominazione Coca-Cola HBC Italia S.r.l.

2006

Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e Coca-Cola Italia S.r.l. entrano nel mercato delle acque con l'acquisizione della società Fonti del Vulture S.r.l., fortemente radicata nel territorio e caratterizzata da tecnologie innovative

2008

Coca-Cola HBC Italia S.r.l. acquisisce Socib S.p.A., Società d'imbottigliamento Bevande del Gruppo Capua, attiva nel Sud Italia fin dagli anni '60, aggiungendo cinque regioni del sud ai propri territori.

2010

Entrata in funzione dell'impianto di cogenerazione a Nogara (VR)

2011

Realizzazione del sito internet www.lanostraricetta.com dedicato ai temi socio-ambientali

2015

L'impianto di Nogara celebra i suoi 40 anni di attività e Coca-Cola HBC Italia entra nel Guinness World Record con la bottiglia umana più grande al mondo

2016

Entrata in funzione dell'impianto di cogenerazione a Marcianise (CE) e celebrazione dei 120 anni dello stabilimento di Rionero in Vulture (PZ)

Coca-Cola HBC Italia opera nell'area dei cosiddetti mercati consolidati, che oltre all'Italia è costituita da altri 5 Paesi europei: Grecia, Cipro, Svizzera, Austria e Irlanda. Le altre regioni sono indicate come "area dei mercati in espansione", costituita da 9 Paesi dell'Est europeo (Estonia, Lettonia, Lituania, Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria, Croazia e Slovenia) e infine, "area dei mercati emergenti" che comprende 12 Paesi (Russia, Bielorussia, Moldavia, Ucraina, Armenia, Romania, Bulgaria, Serbia, Montenegro, Macedonia, Bosnia-Erzegovina, Nigeria).

VOLUME DI VENDITA - MERCATI CONSOLIDATI

VOLUMI IN MLN DI UNITÀ UC*	2013	2014	2015	2016	VAR. 16-15 (%)
Austria	91,6	89,6	89,9	86	-4,3%
Cipro	16	16	16,1	17	3,1%
Grecia	98	100	101	101	0,0%
ITALIA	290	260	266	258	-3,0%
Irlanda	73	73	71,6	70	-1,8%
Svizzera	83	77	76,8	75	-2,3%

Il mercato delle bevande gassate in Italia nel 2016 ha registrato un calo rispetto all'anno precedente pari al -3,7% a volume e del -4,5% a valore, dovuto anche al contesto economico ancora debole che non ha favorito la ripresa dei consumi.

*Unit case: misura corrispondente a circa 5.678 litri o a 24 porzioni da 8 once di bevanda (1 oncia fluida equivale a 30 ml), la dimensione dell'originaria bottiglia di Coca-Cola.

I valori di Coca-Cola HBC Italia



I valori sono rappresentati dalle cosiddette 4 C, che guidano le aree principali di sviluppo dell'impresa e della relazione con tutti gli stakeholder.

- 1 COMMUNITY TRUST:** costruire rapporti di fiducia nelle comunità di riferimento, lavorando su tre obiettivi strategici: produrre ricchezza per la comunità locale, ridurre l'impatto ambientale, promuovere il benessere.
- 2 CONSUMER RELEVANCE:** soddisfare le aspettative dei consumatori, offrendo i prodotti giusti, nel giusto packaging, e attraverso i giusti canali, ampliando continuamente la gamma di prodotti offerti con elevati standard di qualità e proponendoli a un giusto prezzo. Questo vuol dire impegnarsi ogni giorno per la qualità e l'innovazione, per un marketing responsabile e per l'engagement dei consumatori.
- 3 CUSTOMER PREFERENCE:** l'ottimo rapporto con i clienti è alla base del successo dell'impresa. Per questo ci si impegna al massimo per fare in modo che i dipendenti abbiano sempre come priorità assoluta la soddisfazione delle esigenze dei clienti, così da costruire e mantenere partnership di successo e assicurare la crescita reciproca. Per farlo sono fondamentali il comportamento etico nella conduzione degli affari, contrastando la corruzione in ogni sua implicazione economica diretta o indiretta.
- 4 COST LEADERSHIP:** ragionare in termini di rapporti costi-benefici, garantendo la crescita sostenibile del business con l'impegno a perseguire la massima efficienza dei processi di produzione, ottimizzando l'uso delle risorse, le forniture e la logistica. Ciò permette all'azienda di ridurre i costi operativi e le spese, e di rendere possibile la sostenibilità nel lungo termine.

I temi "materiali" sono riclassificati sulla base della loro importanza relativa nella creazione di valore e secondo i quattro pilastri strategici, utili per comprendere la connessione tra le tematiche materiali e il business di Coca-Cola HBC Italia.

I TEMI MATERIALI E LE 4C	COMMUNITY TRUST	CONSUMER RELEVANCE	CUSTOMER PREFERENCE	COST LEADERSHIP
DIMENSIONE ECONOMICA				
Corporate governance, etica degli affari e lotta alla corruzione	●		●	
Impatti economici diretti e indiretti	●	●	●	●
Benessere e nutrizione	●	●	●	
Marketing responsabile	●	●	●	
Qualità e integrità del prodotto	●	●	●	
Innovazione		●	●	●
DIMENSIONE AMBIENTALE				
Emissioni ed energia	●		●	●
Packaging, riciclo e gestione dei rifiuti	●		●	●
Approvvigionamento sostenibile	●			●
Gestione dell'acqua	●	●		●
DIMENSIONE SOCIALE				
Investimenti verso la comunità ed engagement	●			
Benessere ed engagement dei dipendenti	●	●	●	●
I diritti umani e gestione della diversità	●		●	

Per Coca-Cola HBC Italia i valori di riferimento sono ciò che caratterizza l'operato all'interno e all'esterno dell'azienda e sono alla base della relazione con le comunità in cui opera. I valori che guidano le decisioni sono:

**ESSERE AUTENTICI:**

agire ogni giorno con integrità facendo ciò che è più corretto, non ciò che è più facile;

**ESSERE ECCELLENTI:**

passione e velocità di esecuzione per stupire in ogni occasione;

**AVER CURA DELLE NOSTRE PERSONE:**

credere e investire in loro, renderle consapevoli delle responsabilità;

**APPRENDERE:**

ascolto e curiosità;

**LAVORARE IN GRUPPO E INSIEME:**

condividendo e imparando da tutte le esperienze;

**VINCERE INSIEME AI CLIENTI:**

il cliente al centro di ogni cosa.



Corporate governance, etica degli affari e lotta alla corruzione

Alle imprese è richiesto di competere con rispetto per la società in tutti gli aspetti di corporate governance, dalle politiche anti-corruzione all'indipendenza e integrità dei membri degli organi societari e della direzione aziendale.

L'etica d'impresa è profondamente radicata nella cultura di Coca-Cola HBC Italia, che ha definito sistemi che disciplinano e monitorano i comportamenti, a tutti i livelli aziendali; inoltre l'azienda investe in attività di formazione interna per garantire attenzione e sensibilità diffuse.

La governance

La gestione di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture sono affidate ai rispettivi Consigli di Amministrazione e controllo del Collegio Sindacale e della Società di Revisione. Entrambe le aziende hanno conferito alla società PriceWaterhouseCoopers S.p.A. la revisione legale dei propri conti e del Rapporto di Sostenibilità Civile.

Il capitale sociale di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. al 31 dicembre 2016, invariato rispetto al precedente esercizio, è pari a euro 172.000.000,00, interamente versato e detenuto al 100% da CC BEVERAGES HOLDING II B.V.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione di Coca-Cola HBC Italia non esercita un ruolo esecutivo, ma di indirizzo. L'Amministratore Delegato ha la piena responsabilità sulla gestione. In particolare ha delega in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. Inoltre ha il potere di rappresentare la società nei rapporti con i terzi e di esercitare tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, con i limiti previsti da apposita delega a salvaguardia della trasparente gestione aziendale.

Il capitale sociale di Fonti del Vulture S.r.l. al 31 dicembre 2016 è invariato rispetto al precedente esercizio e pari a euro 3.425.027,00, interamente versato, detenuto al 50% da Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e al 50% da The Coca-Cola Company.

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.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE COCA-COLA HBC ITALIA S.R.L. (AL 31 DICEMBRE 2016)

NOME E COGNOME	CARICA RICOPERTA
Fabrizio Capua	Presidente del Consiglio di Amministrazione
Vitaliy Novikov	Amministratore Delegato
Sotirios Yannopoulos	Consigliere
Anastasios Stamoulis	Consigliere
Roberto Pastore	Consigliere

COLLEGIO SINDACALE COCA-COLA HBC ITALIA S.R.L.

NOME E COGNOME	CARICA RICOPERTA
Gianni Colucci	Presidente del Collegio Sindacale
Ugo Cannavale	Sindaco
Marta Enrica Giuseppina Primavesi	Sindaco
Luigi Pio Rutigliano	Sindaco Supplente
Rossana Vergani	Sindaco Supplente

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE FONTI DEL VULTURE S.R.L.

NOME E COGNOME	CARICA RICOPERTA
Vitaliy Novikov	Presidente del Consiglio di Amministrazione
Evguenia Tzvetanova Stoichkova	Vice-Presidente del Consiglio di Amministrazione
Anastasios Stamoulis	Consigliere
Mario Toscani	Consigliere

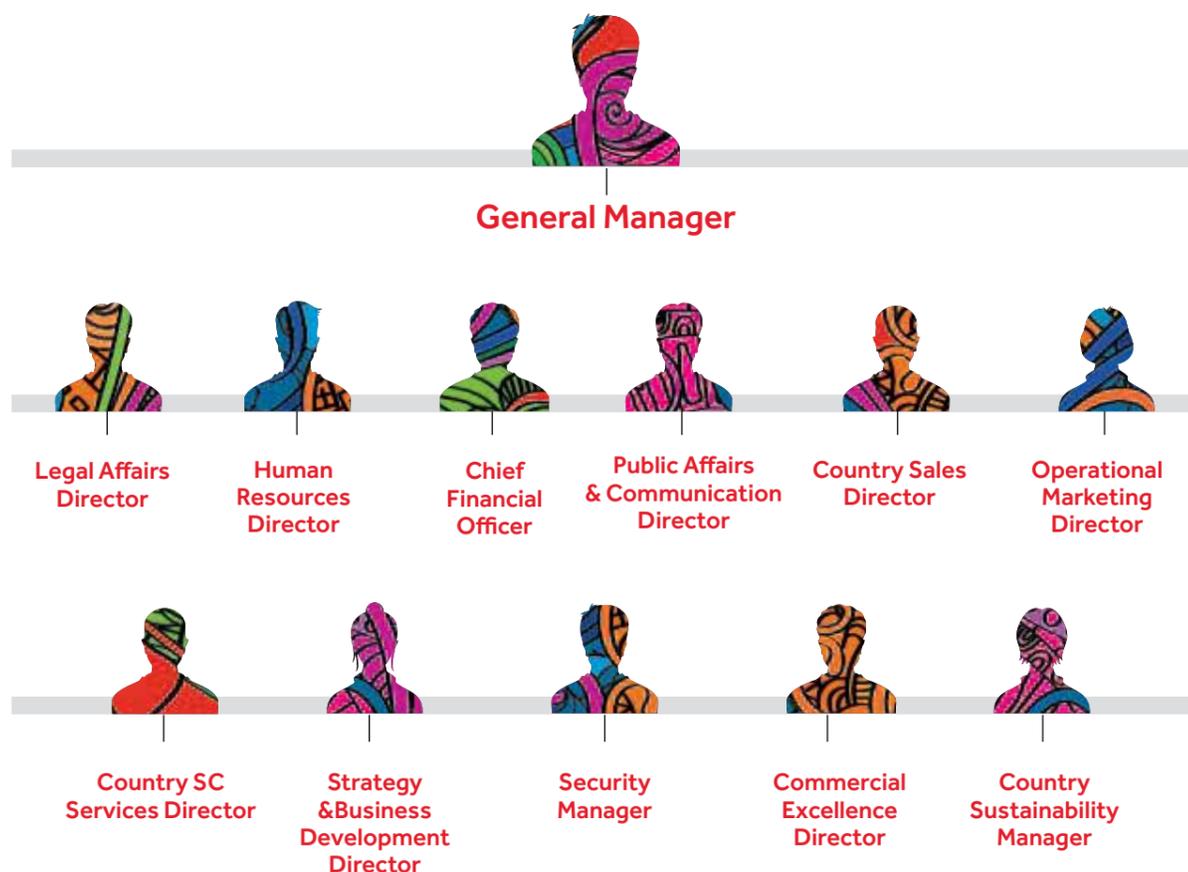
COLLEGIO SINDACALE FONTI DEL VULTURE S.R.L.

NOME E COGNOME	CARICA RICOPERTA
Gianni Colucci	Presidente del Collegio Sindacale
Ugo Cannavale	Sindaco
Marta Enrica Giuseppina Primavesi	Sindaco
Luigi Pio Rutigliano	Sindaco Supplente
Rossana Vergani	Sindaco Supplente



Il modello organizzativo

La struttura organizzativa con cui Coca-Cola HBC Italia opera nel Paese è rappresentata dall'organigramma seguente:



Gli strumenti che regolano la condotta aziendale

La gestione efficace del rischio è fondamentale per il successo di Coca-Cola HBC Italia, che la considera parte integrante della buona gestione aziendale e della corporate governance, in quanto migliora il processo decisionale. Rappresenta un tratto culturale tipico dell'azienda ed è considerato strumento per il raggiungimento del vantaggio competitivo e guida nella crescita del business, all'interno di un ambiente operativo complesso e in continua trasformazione.

L'approccio globale alla gestione del rischio in Coca-Cola Hellenic Bottling Company ha lo scopo di guidare l'azienda nel raggiungimento responsabile degli obiettivi strategici e operativi.

Si tratta di una politica a livello di Gruppo, e si applica a tutti i dipendenti, le funzioni e le attività di business in ogni Paese in cui opera Coca-Cola Hellenic Bottling Company.

In linea con i principi ed i valori adottati dal Gruppo, Coca-Cola HBC Italia dispone di un proprio Codice di Comportamento negli Affari, integrato con il Manuale Anti-Corruzione, di un Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001 e di Principi Guida per i Fornitori.

Tutti i predetti documenti sono pubblicati sul sito www.coca-colahellenic.com.

1 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. Il Modello risponde alle esigenze dettate dalla norma di individuare le attività nel cui ambito esiste la possibilità di commissione di specifici reati e prevenire il compimento degli stessi, attraverso l'adozione di protocolli aziendali diretti a programmare la formazione e l'attuazione delle decisioni della società.

Per la predisposizione del proprio Modello, Coca-Cola HBC Italia si è ispirata 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.

L'azienda ha provveduto ad implementare un processo di aggiornamento del proprio Modello, al fine di mantenerlo costantemente aggiornato rispetto alle modifiche legislative e adeguato ai cambiamenti organizzativi.

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo di Coca-Cola HBC Italia è costituito da:

- parte Generale, che illustra le regole e i principi generali dettati dal Modello;
- parte Speciale, in cui sono identificate 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.

La funzione di vigilanza sull'adeguatezza e sull'applicazione del Modello per Coca-Cola HBC Italia è stata affidata, come richiesto dalla norma ad un Organismo di Vigilanza ("OdV"), in composizione collegiale di cui sono membri il Dott. Marco Nicolini, il Dott. Antenore Lazzarin e, in seguito alle dimissioni dell'Avv. Manuela Cesta intervenute in data 27 marzo 2017, l'Avv. Giovanni Andrea Paolo Barone.

L'azienda ha provveduto alla diffusione e formazione dei dipendenti sui contenuti del Modello attraverso dei training interni.

L'Organismo è contattabile attraverso l'apposita casella mail cui i dipendenti e i terzi possono rivolgere le proprie segnalazioni, gestite in modo confidenziale.

Il membro interno dell'Organismo di Vigilanza è anche membro del Comitato etico di Coca-Cola HBC Italia.

Nel corso del 2015 anche la società Fonti del Vulture ha adottato un proprio Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001. Il suo OdV è composto dal Dott. Carlo Zambelli, dal Dott. Antenore Lazzarin e Dott.ssa Milena Camilla Pascale, che hanno sostituito la Dott.ssa Raffaella Zappa e dalla Dott.ssa Francesca Fraulini che hanno rassegnato le proprie dimissioni il 2 marzo 2017.

2 Il Codice di Comportamento negli Affari

Il Codice di Comportamento negli Affari di Coca-Cola HBC Italia definisce le norme deontologiche che tutti i dipendenti, a tutti i livelli gerarchici, sono tenuti a rispettare, in quanto sancisce l'impegno della Società nel condurre affari in conformità ai propri valori, alle leggi, ai regolamenti applicabili e alle norme di settore. Il Codice si configura, quindi, come una guida per condurre le quotidiane attività lavorative, anche quelle commerciali, in modo trasparente tenendo conto, inoltre, delle diverse Politiche aziendali. Il Codice di Comportamento negli Affari è dunque predisposto per garantire coerenza sulla modalità in cui i dipendenti si comportano all'interno della Società, e nel loro modo di comportarsi all'esterno della stessa. L'eventuale violazione del Codice può comportare sanzioni disciplinari in base alla gravità dell'atto.

3 Manuale di Politica e Compliance Anticorruzione

La Società ha adottato il Manuale di Politica e Compliance Anticorruzione quale strumento che fornisce un'ampia panoramica del programma contro la concussione e la corruzione del Gruppo.

È stato ideato al fine di istruire e dotare tutti i dipendenti delle informazioni e degli strumenti necessari per individuare e prevenire la concussione e la corruzione, e per fornire loro istruzioni su dove poter reperire ulteriori nozioni in materia. A tal fine, Coca-Cola HBC Italia organizza ogni anno programmi di formazione obbligatoria dei dipendenti, perché comprendano tutte le leggi applicabili contro la concussione e la corruzione e agiscano in conformità alle stesse. Questi programmi di formazione sono sviluppati dall'Ufficio Legale della Società per gestire i rischi specifici riscontrati nei vari paesi.

Il programma prevede training a tutti i dipendenti e altri specifici effettuati dal Dipartimento Legale in aula per coloro che appartengono alle funzioni sensibili dell'azienda.

È inoltre prevista la tenuta obbligatoria da parte di ogni funzione del proprio registro Anticorruzione, condiviso annualmente con l'Ufficio Legale, che indica tutti i dipendenti ed i terzi che interagiscono per conto della Società nei confronti della Pubblica Amministrazione. Tutti i fornitori che interagiscono con la PA per conto della Società sono sottoposti a specifica di due diligence che viene inviata per approvazione all'Ufficio Legale.

La Società utilizza un sistema informatico (Portale COBC) per la gestione delle richieste di autorizzazione previste dal Codice di Comportamento negli Affari e dal Manuale Anticorruzione.



SPEAK UP - ETHICS & COMPLIANCE WEEK

A giugno 2016 è stata 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. Brevi sessioni di training di approfondimento sul Codice di Condotta e il Manuale Anticorruzione sono state accompagnate da un'intera settimana di comunicazione sul tema, con l'implementazione di una sezione intranet dedicata, la distribuzione di poster e materiali di approfondimento in tutte le sedi e infine un quiz online che ha permesso ai colleghi di dimostrare le proprie conoscenze in materia. In particolare il focus per il 2016 è stata la valorizzazione della nuova linea riservata e anonima "Speak Up", istituita dall'azienda per incentivare la raccolta di eventuali segnalazioni di violazione della Corporate Governance.

Per garantire il rispetto del Codice di Comportamento negli Affari e della Politica Anti-Corruzione, facilitando ai dipendenti la comprensione dei comportamenti ammessi, a febbraio 2016 sono entrate in vigore le Linee Guida su omaggi aziendali e spese di intrattenimento a favore di Funzionari ed Enti Pubblici, clienti di Coca-Cola HBC Italia e altri soggetti terzi. Tale policy definisce in modo puntuale i regali, pasti, intrattenimenti e prodotti gratuiti che possono essere offerti per conto dell'azienda o accettati senza preventiva approvazione legale.

4 I Principi Guida per i Fornitori

Nell'ambito del continuo sforzo di sviluppare e rafforzare le relazioni con i propri fornitori, in conformità con le politiche del Gruppo, Coca-Cola HBC Italia ha adottato i Principi Guida per i Fornitori, con cui assume la responsabilità di assicurare che le proprie attività di business non contribuiscano, direttamente o indirettamente, a violazioni dei diritti umani.

Inoltre l'obiettivo è far sì che i propri dipendenti comprendano a pieno l'impegno della Società per la tutela dei diritti umani e siano consapevoli dei loro rispettivi diritti e responsabilità. Attraverso l'adozione dei Principi Guida per i Fornitori, Coca-Cola HBC Italia richiede che i propri fornitori assicurino la comprensione ed il rispetto dei requisiti esposti nei Principi Guida, e in particolare il rispetto dei diritti umani e del lavoro, la valorizzazione delle diversità, la tutela della salute e sicurezza sul luogo di lavoro e la tutela ambientale. Altresì, l'azienda applica criteri di selezione trasparenti dei propri fornitori sulla base della valutazione dei Principi guida.

5 Le altre politiche aziendali

Ai Codici e Manuali descritti, si aggiungono le politiche aziendali, che trattano e declinano l'approccio di Coca-Cola HBC Italia su questioni specifiche, e che sono di seguito brevemente descritte nel loro significato principale.

Per ciascuna, le diverse sezioni del presente Rapporto di Sostenibilità evidenziano in maniera specifica azioni e risultati principali conseguiti.

- Politica sulle pari opportunità;
- Politica ambientale;
- Politica sulla qualità e la sicurezza dei prodotti;
- Posizione in tema di organismi geneticamente modificati;
- Posizione in tema di cambiamenti climatici;
- Politica sui Diritti Umani;
- Politica sulla sicurezza e la salute sul luogo di lavoro;
- Posizione su gestione degli scarti degli imballaggi dopo il consumo;
- Impegni dell'Unione delle associazioni Europee dei produttori di bevande analcoliche (UNESDA);
- Politica di sicurezza per i parchi di veicoli;
- Politica in materia di gestione delle acque.

I sistemi di gestione

Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture si sono dotate di sistemi di gestione e controllo certificati che consentono di:

- **CREARE VALORE IN MODO SOSTENIBILE E CONDIVISO CON TUTTI GLI STAKEHOLDER RISPONDENDO ALLE LORO ASPETTATIVE;**
- **INTERPRETARE LE ESIGENZE DEI PROPRI CLIENTI PERSEGUENDO I MIGLIORI STANDARD QUALITATIVI;**
- **RIDURRE AL MINIMO L'IMPATTO AMBIENTALE.**

Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture hanno conseguito 5 certificazioni.

CERTIFICAZIONE	DEFINIZIONE/DESCRIZIONE
ISO 9001	La norma ISO 9001 costituisce il riferimento, riconosciuto a livello mondiale, per la certificazione del sistema di gestione per la qualità delle organizzazioni di tutti i settori produttivi e di tutte le dimensioni.
ISO 14001	La norma ISO 14001 identifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale al fine di consentire a un'organizzazione di sviluppare e attuare una politica.
BS OHSAS 18001	La norma OHSAS 18001 riguarda l'applicazione volontaria di un sistema che permetta di garantire un adeguato controllo riguardo alla sicurezza e alla salute dei lavoratori, oltre al rispetto delle norme cogenti.
ISO 22000	La norma ISO 22000 è uno standard volontario per la certificazione di sistemi di gestione della sicurezza in campo alimentare.
FSSC 2200	Food Safety System Certification Scheme è uno schema di certificazione per ottenere sistemi di sicurezza alimentare nella filiera.

L'azienda è inoltre impegnata a mantenere il proprio sistema di gestione integrato Salute e Sicurezza, Ambiente, Qualità e Sicurezza Alimentare in conformità con i requisiti Coca-Cola KORE del TCCMS (The Coca-Cola Management System), comprensivo di Politiche e Requisiti emessi da The Coca-Cola Company per raggiungere l'eccellenza. Considera infatti essenziale la qualità totale e la sicurezza dei prodotti, in conformità ai più elevati standard qualitativi.

Coca-Cola HBC Italia intende altresì minimizzare, ove tecnicamente possibile ed economicamente sostenibile, ogni impatto ambientale derivante dalle attività svolte ed ogni rischio per la salute e la sicurezza del proprio personale, degli appaltatori che operano presso le proprie sedi e dei visitatori che accedono ai propri ambienti di lavoro. Per farlo, l'azienda opera:

- **garantendo che le proprie attività siano svolte in conformità con le vigenti disposizioni di legge, con gli standard del Gruppo e con eventuali prescrizioni volontarie;**
- **assicurando che i requisiti applicabili in tema di Salute e Sicurezza, Ambiente, Qualità e Sicurezza Alimentare siano parte integrante del business e che gli stessi siano sottoposti a periodico monitoraggio, a programmi di miglioramento continuo e siano inoltre tenuti in considerazione in fase di definizione dei periodici business plan.**

Pertanto, il sistema integrato di Coca-Cola HBC Italia prevede requisiti organizzativi finalizzati a prevenire l'inquinamento dell'acqua, dell'aria e del suolo, minimizzando il consumo di energia e di acqua e la produzione dei rifiuti, e favorendone il recupero ove possibile. In aggiunta, i requisiti previsti sono sviluppati al fine di prevenire il verificarsi di incidenti, infortuni sul lavoro e malattie professionali, coinvolgendo e consultando tutto il personale riguardo le iniziative aziendali da adottare. Il rispetto dei principi di Coca-Cola HBC Italia è garantito dal raggiungimento e dal mantenimento delle certificazioni di Qualità (secondo la norma UNI EN ISO 9001),

Sicurezza ed Igiene Alimentare (secondo le norme UNI EN ISO 22000 e FSSC 22000) nonché di Sicurezza e Tutela della Salute (secondo la norma OHSAS 18001) e dell'Ambiente (secondo la norma UNI EN ISO 14001).



Tutti i lavoratori di Coca-Cola HBC Italia, ad ogni livello dell'organizzazione aziendale, sono responsabili della corretta implementazione di queste politiche, ciascuno per quanto di propria competenza.

Nel corso del 2016, gli stabilimenti sono stati oggetto di attività di verifica e controllo operativo in tema di Salute, Sicurezza, Ambiente, Qualità e Sicurezza Alimentare.

In particolare, per garantire standard qualitativi e Food Safety sono stati effettuati i seguenti audit:

- **ISO 9001:** confermata la certificazione relativa al sistema di gestione qualità dei processi che ha riguardato sede, plant e magazzini esterni. Nel 2017 è previsto il passaggio alla nuova versione ISO 9001:2015 (Ente di certificazione SGS).
- **ISO 22000:** confermata la certificazione relativa al sistema di gestione della sicurezza alimentare che ha riguardato sede e magazzini esterni (Ente di certificazione SGS).
- **FSSC22000:** confermata la certificazione di prodotto per gli standard di Sicurezza Alimentare con Audit effettuato su tutti gli stabilimenti Coca-Cola HBC Italia (Ente di certificazione SGS).
- **Audit effettuati dalla The Coca-Cola Company:** verifica della compliance ai requisiti della Company. Questi audit prevedono interventi senza preavviso; nel 2016 sono stati auditati gli stabilimenti di Marcanise e Nogara.
- **udit effettuati da Coca-Cola Hellenic:** verifica della compliance ai requisiti di Gruppo. Questi audit prevedono interventi senza preavviso; nel 2016 sono stati coinvolti gli stabilimenti di Nogara e Rionero.

La gamma dei prodotti Coca-Cola

Coca-Cola HBC Italia produce, vende e distribuisce una ricca gamma di bevande, la maggior parte delle quali a marchio di The Coca-Cola Company. In particolare la suddivisione è tra:

BEVANDE GASSATE

la cui tipica effervescenza è ottenuta mediante l'aggiunta di anidride carbonica. Si tratta nello specifico di Coca-Cola, Coca-Cola Life, Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Calorie, Coca-Cola light, Coca-Cola senza caffeina, Fanta Aranciata, Fanta Lemon, Fanta Aranciata Gusto Arancia Rossa, Fanta Aranciata light, Sprite e Sprite Zero, Kinley Gusto Bitter Lemon, Kinley Acqua Tonica.

BEVANDE NON GASSATE

che non contengono anidride carbonica. Fanno parte di questa categoria i succhi di frutta, té freddi, sport drink e ready to drink coffee, a marchio Amita, Powerade, i prodotti a marchio Nestea per i quali ha ricevuto dal titolare del marchio specifica autorizzazione a produrre e distribuire in Italia, e Illy per il quale ha ricevuto dal titolare del marchio specifica autorizzazione a distribuire in Italia.

ENERGY DRINK

Coca-Cola HBC Italia ha esteso la sua gamma di prodotti diventando distributore degli energy drink con il marchio Monster, di proprietà di Monster Beverage. Dal 2015 queste bevande hanno affiancato la gamma "burn" (anche questo un marchio di proprietà di Monster Beverage), diversificando ulteriormente l'offerta in termini di gusti, formati e prezzi per incontrare le preferenze di ciascun consumatore.

LE ACQUE MINERALI NATURALI

Coca-Cola HBC Italia propone le acque minerali Lilia e Sveva. Tutte le acque vengono prodotte in modo conforme alle normative dell'Unione Europea.

Coca-Cola, l'onda dinamica, la bottiglia Contour, Coca-Cola light, Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Calorie, Coca-Cola Life, Fanta, Sprite, Kinley, Powerade, sono marchi registrati di The Coca-Cola Company. Coca-Cola senza caffeina è un marchio della The Coca-Cola Company. Nestea è un marchio registrato della Société des Produits Nestlé S.A. (Svizzera). Amita è un marchio registrato da Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A.. Lilia, Sveva, sono marchi registrati di Sibil. S.r.l. Illy è un marchio registrato da Illycaffè spa e DP Beverages, rispettivamente di Ilko Coffee International.

Per offrire ai consumatori una scelta sempre più ampia di prodotti, l'azienda è costantemente alla ricerca di nuove opportunità e di innovazioni di prodotto. Così a inizio 2016 è stata presentata Coca-Cola Life, in cui è presente un edulcorante di origine naturale, contenuto nelle foglie di stevia (edulcorante glicosidi steviolici) che, unita allo zucchero e ad altri ingredienti, tra cui gli aromi naturali, ha dato vita a una nuova bevanda a ridotto contenuto calorico col 36% di zuccheri in meno rispetto alla maggior parte delle bevande cola zuccherate in Italia. Coca-Cola Life è un esempio della costante ricerca di The Coca-Cola Company di rispondere alle richieste e alle aspettative dei consumatori, attraverso l'innovazione nello sviluppo di nuovi prodotti e packaging, nell'utilizzo di nuove tecnologie, nel costante e innovativo coinvolgimento dei consumatori, nella promozione della cultura dell'innovazione presso i dipendenti e collaboratori.

Le novità del 2017

Nel 2017 Coca-Cola lancia diverse importanti novità, per rispondere alle esigenze dei consumatori attenti alle calorie.

La prima tra queste, una vera e propria nuova referenza per la gamma, è costituita da **Coca-Cola Gusto Limone Zero Zuccheri Zero Calorie** che mantiene gli elementi iconici del brand Coca-Cola unendoli alla freschezza del gusto di limone.

A dieci anni dal suo debutto in Italia **Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Calorie** si presenta invece con una nuova formula migliorata.

Un'altra novità riguarda **Coca-Cola Life** che, dopo solo un anno dal suo arrivo si ripresenta con il 50% di calorie in meno con zucchero ed estratto di stevia, grazie al 50% di zuccheri in meno rispetto alla maggior parte delle bevande cole zuccherate in Italia, con edulcorante glicosidi steviolici.

Anche **Sprite** rinnova il suo **gusto lemon-lime**, che diventa ancora più rinfrescante, con aromi naturali e ridotto contenuto di zuccheri. In linea con l'obiettivo di riduzione delle calorie e degli zuccheri in tutte le bevande, la nuova Sprite, grazie alla combinazione di zucchero e un mix di 3 edulcoranti, senza conservanti e con aromi naturali, conterrà il 75% di calorie in meno rispetto alla sua ricetta precedente.



La qualità e la sicurezza alimentare

Per la realizzazione delle bevande a marchio The Coca-Cola Company, i principali ingredienti sono l'acqua, il concentrato, il succo di frutta, lo zucchero e altri, la CO₂ alimentare.

Le attività di produzione sono finalizzate a garantire la sicurezza alimentare attraverso severi controlli di qualità.

Le fasi principali della produzione delle bevande gassate sono sintetizzabili come segue.

Prima fase: trattamento dell'acqua e preparazione dello sciroppo

L'acqua rappresenta l'ingrediente più importante per garantire la qualità e la sicurezza delle bibite prodotte. Pertanto, prima di essere utilizzata nei processi produttivi, è sottoposta a speciali trattamenti che garantiscono la sicurezza microbiologica e la corretta concentrazione di sali naturalmente disciolti, nel rispetto di precise caratteristiche compositive e organolettiche.

Altro ingrediente fondamentale è lo "sciroppo semplice" che viene preparato in appositi serbatoi, sciogliendo zucchero in acqua trattata, e successivamente filtrato per rimuovere eventuali impurità. Successivamente viene mescolato al "concentrato" o ai vari "preparati base" utilizzati per la preparazione delle diverse bibite, diventando così "sciroppo finito". Attraverso un processo termico di flash-pastorizzazione viene assicurata la conservabilità dei prodotti senza alterarne le caratteristiche organolettiche.

Contemporaneamente alla preparazione degli sciroppi, si effettua il trattamento delle bottiglie di vetro, delle bottiglie in PET (plastica per uso alimentare completamente riciclabile) o delle lattine, destinate a contenere le bibite, attraverso la sottoposizione a un processo di lavaggio. Successivamente è prevista una fase di controllo elettronico per assicurare il più elevato standard igienico.

Seconda fase: riempimento e confezionamento

L'acqua trattata e raffreddata viene miscelata con lo "sciroppo finito" e con l'anidride carbonica che conferisce la caratteristica nota frizzante. A questo punto, la bibita è pronta per essere confezionata: decine di migliaia di contenitori perfettamente puliti vengono riempiti, ermeticamente sigillati, etichettati, codificati e controllati ogni ora in moderni impianti automatici.

Le bottiglie di vetro a rendere vengono riposte in cassette, mentre le bottiglie di vetro a perdere, le bottiglie in PET e le lattine vanno a formare le varie confezioni multiple.

Le bibite erogate alla spina possono essere confezionate negli stabilimenti in fustini di acciaio (Pre-Mix): in questo caso, lo "sciroppo finito", confezionato negli stabilimenti in particolari contenitori flessibili chiamati "bag-in-box", è istantaneamente miscelato con acqua potabile, ulteriormente purificata attraverso un apposito apparato di filtrazione, gassata e refrigerata. Il ciclo produttivo e distributivo vede la costante supervisione da parte di responsabili e addetti al Controllo Qualità, a partire dalla selezione delle materie prime e dei materiali di confezionamento, per terminare nel momento in cui la bibita è acquistata dal consumatore finale: i controlli vengono effettuati presso i fornitori, negli esercizi pubblici e nei punti vendita che commercializzano i prodotti di Coca-Cola HBC Italia, assicurando il costante mantenimento degli elevati standard di qualità che The Coca-Cola Company prevede per garantire la totale sicurezza e soddisfazione dei consumatori.

Meno zuccheri e meno calorie, I NOSTRI IMPEGNI CONCRETI



Il 60% dei prodotti Coca-Cola in Italia è a ridotto, basso o nullo contenuto calorico



Total Quality Day

In linea con la politica della Qualità Totale, dal 2007 si svolge il Total Quality Day, una giornata dedicata all'approfondimento di argomenti quali il controllo delle materie prime, gli standard qualitativi nei processi, temi legati alla sicurezza quali la corretta movimentazione delle merci, la gestione sostenibile dei rifiuti, le procedure d'emergenza in caso di incendio e primo soccorso, con corsi studiati in base alle specifiche esigenze delle funzioni aziendali coinvolte.

Il marketing responsabile

L'impegno per promuovere e commercializzare in modo responsabile i prodotti è fondamentale e per questo l'azienda rispetta scrupolosamente la propria policy di applicazione di un marketing responsabile, tra cui la comunicazione di messaggi corretti, trasparenti, veritieri e rispettosi delle leggi e delle normative locali vigenti.

Coca-Cola HBC Italia e Coca-Cola Italia aderiscono al Codice ASSOBIBE (Associazione Italiana tra gli Industriali delle Bevande Analcoliche) di Autoregolamentazione, stilato sulla base delle indicazioni provenienti dall'analoga associazione a livello europeo UNESDA (Union of European Soft Drinks Associations), che disciplina le pratiche di commercializzazione e di promozione dei prodotti.

L'adesione comporta l'impegno ad assicurare che le proprie attività pubblicitarie e di marketing non siano indirizzate ai minori di 12 anni. Ciò significa, ad esempio, non acquistare spazi pubblicitari direttamente rivolti a un pubblico costituito per più del 35% da bambini al di sotto dei 12 anni. Nelle scuole elementari viene adottato lo stesso approccio: per rispetto al diritto dei genitori di decidere che cosa i loro figli mangiano o bevono, Coca-Cola in Italia non vende direttamente i propri prodotti nei distributori automatici delle scuole elementari e non effettua attività promozionali e di campionamento dei propri prodotti.

L'industria europea dei soft drink (UNESDA) verso il 2020

Il 7 febbraio 2017, l'industria europea dei soft drink ha annunciato che ridurrà gli zuccheri aggiunti nei propri prodotti di un ulteriore 10% entro il 2020. L'impegno sarà implementato in tutta Europa. Questa iniziativa risponde alle mutevoli preferenze dei consumatori per quanto riguarda l'assunzione di zucchero e le richieste provenienti da Stati membri e Commissione europea per un approccio coordinato sulla riformulazione e riduzione di zucchero. Il settore continuerà a innovare, riformulare, utilizzare confezioni più piccole per incoraggiare la scelta da parte dei consumatori di bevande a ridotto o nullo contenuto calorico, così da raggiungere l'ambizioso obiettivo entro il 2020. L'industria sta già lavorando attivamente con i governi locali. Le aziende aderenti a UNESDA hanno annunciato nel 2017 che, dal 2019, anche nelle scuole secondarie venderanno solo bibite a ridotto contenuto calorico o senza calorie, oltre alle bottigliette di acqua.

La risoluzione dei reclami

Oltre che nello sviluppo di una comunicazione commerciale responsabile, l'azienda è impegnata nella risoluzione dei reclami provenienti dal consumatore, in quanto indicatore importante per monitorare l'indice di qualità dei prodotti.

Rispetto alle performance del 2015, durante il 2016 il numero totale di reclami registrati è diminuito del 17%, in riferimento al numero assoluto dei reclami registrati per problemi di qualità, e del 28% in relazione al numero dei reclami da parte dei consumatori parametrati sulla quantità di prodotto venduto, grazie alle efficaci azioni correttive implementate.

In particolare si registrano:



GESTIONE RECLAMI	2014	2015	2016
Totale reclami	430	330	275
Indicatore reclami	0.22	0.16	0.14

Inoltre, l'impegno crescente di Coca-Cola HBC Italia si manifesta anche nella tempestiva risposta alle segnalazioni pervenute dai consumatori (i tempi medi di risoluzione corrispondono a circa 43 giorni), con il 96,4% di segnalazioni chiuse nel 2016.



Lavoro

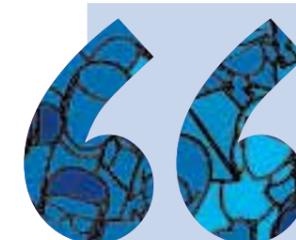
Energia per la crescita

Il benessere e la crescita professionale dei dipendenti sono obiettivi prioritari per Coca-Cola HBC Italia, che è impegnata nello sviluppo del pieno potenziale delle proprie persone, offrendo un luogo di lavoro sicuro.

L'azienda coinvolge direttamente i dipendenti in un processo di miglioramento continuo della sicurezza e, grazie a questo dialogo, è in grado di identificare le potenziali aree di rischio e prendere provvedimenti tempestivi.

A febbraio 2017 Coca-Cola HBC Italia ha ottenuto la certificazione **Top Employers Italia**. Il riconoscimento è conferito alle aziende che si distinguono per le **eccellenti condizioni di lavoro riservate ai dipendenti**. L'azienda si è distinta in particolare in tre diverse categorie: **"Strategia dei Talenti", "Pianificazione Forza-Lavoro" e "Cultura aziendale"**.

Il Top Employers Institute certifica l'eccellenza delle misure che le aziende mettono in atto per il benessere dei propri dipendenti, l'ingrediente alla base della crescita personale e professionale delle persone. Il processo di certificazione parte da un'approfondita e dettagliata analisi, la HR Best Practice Survey, che analizza e valuta l'attuazione delle politiche di gestione in ambito Risorse Umane, condizioni di lavoro e opportunità di crescita e sviluppo.



"ESSERE NUOVAMENTE CERTIFICATI TOP EMPLOYERS ITALIA È UNA TESTIMONIANZA IMPORTANTE DELL'IMPEGNO CHE L'AZIENDA RINNOVA OGNI ANNO NEL MIGLIORAMENTO DELL'AMBIENTE DI LAVORO E NELLA FORMAZIONE DEI PROPRI DIPENDENTI. PER QUESTO L'AZIENDA INVESTE IN ATTIVITÀ DI SVILUPPO DELLE PERSONE AD ELEVATO POTENZIALE DI CRESCITA, COME IL FAST FORWARD PROGRAM, E NELL'ACQUISIZIONE DI GIOVANI TALENTI ATTRAVERSO PIANI DI INSERIMENTO AD HOC, COME IL MANAGEMENT TRAINEE PROGRAM".

Emiliano Maria Cappuccitti, Direttore Risorse Umane di Coca-Cola HBC Italia

Le persone di Coca-Cola HBC Italia

Al 31 dicembre 2016 la popolazione aziendale era composta da 1.993 dipendenti, di cui 1.922 dipendenti di Coca-Cola HBC Italia e 71 di Fonti del Vulture.

NUMERO DIPENDENTI

AZIENDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	1.905	1.939	1.922
FONTI DEL VULTURE	71	71	71
TOTALE AZIENDA	1.976	2.010	1.993

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E GENERE

AZIENDA	TIPOLOGIA DI CONTRATTO	2014		2015		2016	
		U	D	U	D	U	D
COCA-COLA HBC ITALIA	A tempo determinato	12	13	10	13	7	9
	A tempo indeterminato	1.370	510	1.389	527	1.374	532
FONTI DEL VULTURE	A tempo determinato	0	0	0	0	0	0
	A tempo indeterminato	64	7	64	7	64	7
TOTALE AZIENDA	A tempo determinato	12	13	10	13	7	9
	A tempo indeterminato	1.434	517	1.453	534	1.438	539

DIPENDENTI PER QUALIFICA

QUALIFICA	AZIENDA	2014	2015	2016
DIRIGENTI	Coca-Cola HBC Italia	67	62	58
	Fonti del Vulture	1	1	1
	TOTALE AZIENDA	68	63	59
QUADRI	Coca-Cola HBC Italia	111	122	137
	Fonti del Vulture	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	111	122	137
IMPIEGATI	Coca-Cola HBC Italia	1.397	1.402	1.380
	Fonti del Vulture	13	13	13
	TOTALE AZIENDA	1.410	1.415	1.393
OPERAI	Coca-Cola HBC Italia	327	350	344
	Fonti del Vulture	57	57	57
	TOTALE AZIENDA	384	407	401
ESPATRIATI	Coca-Cola HBC Italia	3	3	3
	Fonti del Vulture	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	3	3	3

La totalità del personale di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture è assunto sulla base del **Contratto Collettivo Nazionale dell'Industria Alimentare**, ad eccezione dei Dirigenti, che sono assunti sulla base del **Contratto Collettivo Nazionale Dirigenti Industria**. Gli espatriati, dipendenti ai quali è offerta la possibilità, attraverso un **"International Assignment"**, di accedere ad un'esperienza professionale in uno dei Paesi del Gruppo Coca-Cola Hellenic Bottling Company, sono invece gestiti a livello Corporate.

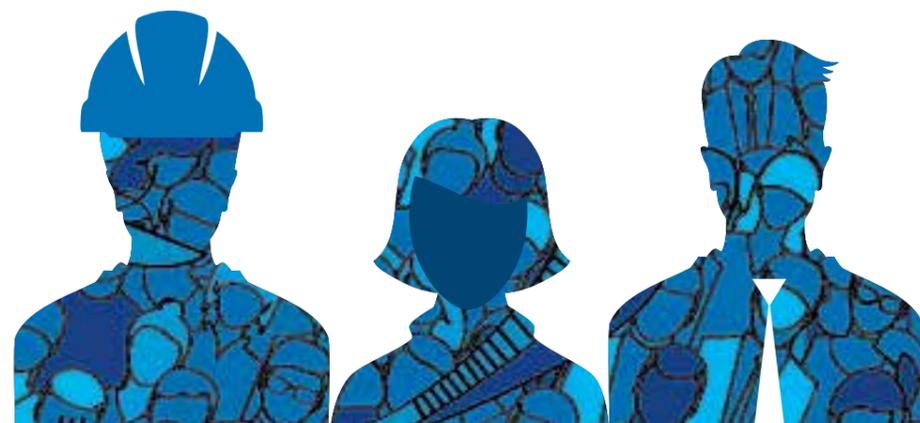
Le tabelle seguenti riportano il dettaglio delle qualifiche distinte tra Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture, in base al genere dei lavoratori.

**COCA-COLA HBC ITALIA
DIPENDENTI PER GENERE E QUALIFICA**

QUALIFICA	GENERE	2014	2015	2016
DIRIGENTI	Uomini	52	50	47
	Donne	15	12	11
QUADRI	Uomini	74	77	91
	Donne	37	45	46
IMPIEGATI	Uomini	956	957	933
	Donne	441	445	447
OPERAI	Uomini	299	313	307
	Donne	28	37	37
ESPATRIATI	Uomini	1	2	3
	Donne	2	1	0
TOTALE UOMINI		1.382	1.399	1.381
TOTALE DONNE		523	540	541

**FONTI DEL VULTURE
DIPENDENTI PER GENERE E QUALIFICA**

QUALIFICA	GENERE	2014	2015	2016
DIRIGENTI	Uomini	0	0	0
	Donne	1	1	1
QUADRI	Uomini	0	0	0
	Donne	0	0	0
IMPIEGATI	Uomini	7	7	7
	Donne	6	6	6
OPERAI	Uomini	57	57	57
	Donne	0	0	0
ESPATRIATI	Uomini	0	0	0
	Donne	0	0	0
TOTALE UOMINI		64	64	64
TOTALE DONNE		7	7	7



Di seguito sono indicate le fasce d'età di appartenenza dei dipendenti nell'anno 2016.

DIPENDENTI PER QUALIFICA E FASCE D'ETÀ AL 2016

	DIRIGENTI	QUADRI	IMPIEGATI	OPERAI	ESPATRIATI	TOTALE
UNDER 30	0	1	179	19	0	199
TRA 31 E 50	42	107	1.002	249	3	1.403
OVER 51	17	29	212	133	0	391
TOTALE	59	137	1.393	401	3	1.993

Il CCNL dell'Industria Alimentare, applicato per gli impiegati, gli operai e i quadri, prevede un **fondo di assistenza sanitaria ed uno per la previdenza complementare**. Tali fondi sono accessibili ai lavoratori a tempo indeterminato o con contratto a termine di durata iniziale pari o superiore a 9 mesi. Inoltre come benefit aziendale, i lavoratori con contratto a tempo indeterminato possono aderire ad un piano sanitario integrativo. La normativa italiana sul TFR prevede che il lavoratore effettui una scelta esplicita nei primi 6 mesi dalla sua assunzione; le opzioni possibili sono o di destinare il proprio TFR presso il fondo Tesoreria oppure di optare per la previdenza complementare. In assenza di scelta esplicita da parte del lavoratore, l'azienda applica quanto previsto dalla contrattazione collettiva, che prevede il trasferimento tacito del TFR del lavoratore al fondo di categoria (che per il CCNL dell'Industria Alimentare è Alifond). A fronte di adesione al fondo, il dipendente, con un minimo di contribuzione a suo carico dell'1%, riceve una contribuzione aggiuntiva a carico del datore di lavoro pari all'1,20%. La legge prevede che il lavoratore possa scegliere un fondo alternativo a quello da CCNL, che però necessariamente sia iscritto al COVIP (Commissione di Vigilanza sui Fondi Pensione).

DIPENDENTI PER GENERE

GENERE	2014	2015	2016
UOMINI	1.446	1.463	1.445
DONNE	530	547	548

Nel triennio non ci sono state significative variazioni nella distribuzione tra uomini e donne. Nel 2016 la popolazione aziendale (Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture) è composta per il 72,5% da uomini e per il 27,5% da donne.

La politica delle pari opportunità e il valore della diversità viene confermata dal fatto che **non sono presenti significative difformità di retribuzione tra generi**.

Le differenze tra salario maschile e femminile per categoria e per qualifica operativa sono effetto dell'anzianità media nel ruolo.



DIPENDENTI PER FUNZIONI

FUNZIONE	AZIENDA	2014	2015	2016
OPERATIONS	Coca-Cola HBC Italia	565	600	580
	Fonti del Vulture	71	71	71
	TOTALE AZIENDA	636	671	651
SALES	Coca-Cola HBC Italia	1.164	1.172	1.179
	Fonti del Vulture	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	1.164	1.172	1.179
STAFF	Coca-Cola HBC Italia	176	167	163
	Fonti del Vulture	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	176	167	163

Tutti i dipendenti hanno diritto al **congedo parentale**, secondo le casistiche previste dalla normativa italiana e dal CCNL. Tra il 2015 e il 2016 si registra una riduzione complessiva dei congedi parentali (da 220 nel 2015 a 80 nel 2016) con un minimo aumento in termini percentuali tra la popolazione femminile ed un decremento in quella maschile: **37 donne e 43 uomini hanno usufruito di un congedo parentale nel 2016**, mentre nel 2015 erano 98 donne e 122 uomini (i dati fanno riferimento al periodo 01/01-31/12 e considerano tutti i congedi richiesti, indipendentemente dalla durata).

TASSI DI RITORNO E RETENTION

	2015	2016
TASSO DI RITORNO AL LAVORO DOPO IL CONGEDO PARENTALE	99,09%	98,75%
Tasso di ritorno al lavoro dopo il congedo parentale delle donne	97,96%	100,00%
Tasso di ritorno al lavoro dopo il congedo parentale degli uomini	100,00%	97,67%
TASSO DI RETENTION DOPO UN CONGEDO PARENTALE	86,39%	90,72%
Tasso di retention dopo un congedo parentale delle donne	82,94%	90,12%
Tasso di retention dopo un congedo parentale degli uomini	89,15%	93,75%

Per favorire la **retention dopo il congedo parentale**, oggi l'azienda offre la possibilità, in alcuni casi e qualora il ruolo lo preveda, di trasformare, su richiesta del dipendente, l'attività in **telelavoro** o il **passaggio a contratto di lavoro part-time**.

La Policy sul remote working

Il remote working secondo le linee-guida aziendali è una **modalità lavorativa "agile"** che implica per il lavoratore di potere scegliere di svolgere la propria mansione da una **location differente dalla sede di lavoro/ufficio di riferimento**, in maniera estemporanea e non continuativa, generando **impatti positivi su engagement, costi e ambiente**. Tale iniziativa è un'opzione di work-life balance scelta volontariamente e che può offrire una prestazione lavorativa con altrettanto successo rispetto a quella svolta dalla sede dell'azienda.

Il remote working ha quindi carattere volontario e può essere svolto per un massimo di 3 giorni al mese laddove sussistano gli elementi di Job Eligibility. Non tutte le mansioni possono essere svolte con successo in modalità remota. Ci sono infatti compiti che si prestano maggiormente, come **letture e ricerche, analisi di dati, revisione di contratti, elaborazione di report e presentazioni, amministrazione del personale, data entry, call conference**.

Viceversa attività che richiedono un utilizzo esteso delle risorse di sito/ufficio, gestione manuale, servizi personali, interazioni face-to-face non possono essere svolte in modalità remota.

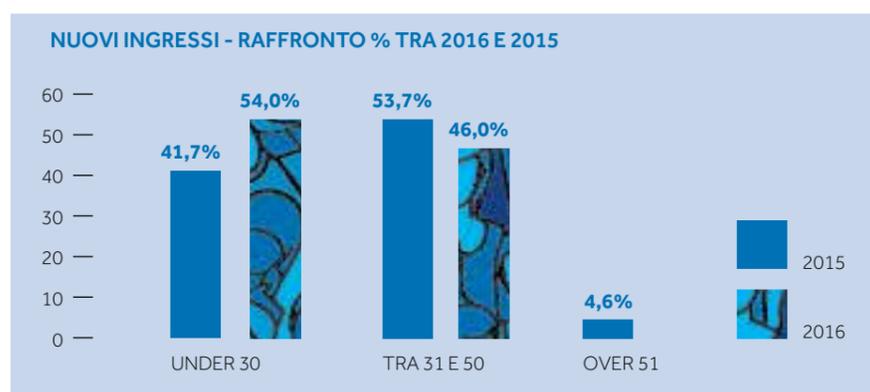


L'attenzione rivolta ai giovani viene confermata dai dati del 2016 sui neo-assunti: dei 100 nuovi dipendenti, il 54% ha un'età inferiore ai 30 anni e il 46% ha un'età compresa tra i 31 e i 50 anni.

NUOVI INGRESSI 2016 - TOTALE AZIENDA

FASCE DI ETÀ	OPERATIONS		SALES		STAFF		TOTALE	
	N	%	N	%	N	%	N	%
UNDER 30	9	9%	39	39%	6	6%	54	54%
TRA 31 e 50	9	9%	34	34%	3	3%	46	46%
OVER 51	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTALE	18	18%	73	63%	9	9%	100	100%

Il grafico riporta il confronto con le nuove assunzioni del 2015, costituite quasi per il 42% da under 30, a conferma dell'attenzione che l'azienda rivolge ai più giovani.



NUOVI INGRESSI 2016 PER GENERE

AZIENDA	GENERE	N
COCA-COLA HBC ITALIA	Uomini	60
	Donne	40
FONTI DEL VULTURE	Uomini	0
	Donne	0
TOTALE AZIENDA	Uomini	60
	Donne	40

NUOVI INGRESSI 2016 PER PROVENIENZA TOTALE AZIENDA

	NUM	%
ITALIANI	98	98%
STRANIERI	2	2%
TOTALE AZIENDA	100	100%

Le cessazioni complessive per il 2016 sono pari a 73. Per quanto riguarda quelle per motivi personali, il dato del 2016 risulta allineato con il corrispettivo degli anni precedenti.

CESSAZIONI - ULTIMO TRIENNIO

MOTIVO	AZIENDA	2014	2015	2016
PENSIONAMENTI	Coca-Cola HBC Italia	3	2	2
	Fonti del Vulture	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	3	2	2
MOTIVI PERSONALI	Coca-Cola HBC Italia	37	46	42
	Fonti del Vulture	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	37	46	42
MOTIVI AZIENDALI	Coca-Cola HBC Italia	422	22	26
	Fonti del Vulture	0	0	1
	TOTALE AZIENDA	422	22	27
TRASFERIMENTI INTERNAZIONALI	Coca-Cola HBC Italia	1	1	2
	Fonti del Vulture	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	1	1	2

CESSAZIONI 2016 PER FASCE DI ETÀ

AZIENDA	ETÀ	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	Under 30	18
	Tra 31 e 50	49
	Over 51	5
FONTI DEL VULTURE	Under 30	0
	Tra 31 e 50	1
	Over 51	0
TOTALE AZIENDA	Under 30	18
	Tra 31 e 50	50
	Over 51	5

CESSAZIONI 2016 PER GENERE

AZIENDA	GENERE	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	Uomini	77
	Donne	41
FONTI DEL VULTURE	Uomini	1
	Donne	0
TOTALE AZIENDA	Uomini	78
	Donne	41

PERCENTUALE TURNOVER VOLONTARIO

AZIENDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	1,58%	2,35%	3,01%
FONTI DEL VULTURE	0%	0%	0%
TOTALE AZIENDA	1,58%	2,35%	3,01%

La percentuale del turnover volontario riferita al 2016 appare di poco superiore all'andamento dell'anno precedente. Il dato è comunque da considerare positivo, in quanto ben al di sotto delle percentuali di mercato.

Management Trainee Program

A gennaio 2016, Coca-Cola HBC Italia ha dato il via all'ottava edizione del Management Trainee Program: **un percorso di crescita professionale e di carriera dedicato a 15 giovani laureati in Economia, Ingegneria e materie Umanistiche**. L'azienda offre ai candidati una formazione e un affiancamento costante durante tre mesi di stage, con la possibilità di assunzione finale in un ambiente meritocratico e di respiro internazionale. Il programma prevede **formazione d'aula, attività di affiancamento sia sul mercato che con i responsabili della funzione aziendale dedicata e visite agli impianti produttivi della società**. I ragazzi devono sviluppare un progetto di business individuale che sarà presentato alla fine del programma ad una commissione di top manager delle diverse strutture aziendali. Dall'inizio del programma nel 2009 sono stati formati **oltre 170 ragazzi** e di questi la maggior parte, dopo lo stage, è stato inserito in azienda con un contratto a tempo indeterminato.



Le relazioni industriali

Il sistema delle 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.

L'azienda e le Organizzazioni Sindacali, a livello aziendale, si confrontano in maniera ampia e strutturata 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 o il sistema di welfare aziendale. Al fine di facilitare il confronto con il sindacato, vengono organizzati **incontri periodici con le Rappresentanze Sindacali Unitarie, le Segreterie Territoriali e le Segreterie Nazionali**. In particolare, due volte l'anno è previsto il coordinamento con le rappresentanze sindacali, al fine di illustrare le linee programmatiche del Piano Industriale. Inoltre per Coca-Cola HBC Italia è importante il coinvolgimento delle Organizzazioni Sindacali in caso di modifiche organizzative strutturali, al fine di permettere la formulazione di osservazioni e proposte da parte del sindacato. In tali casi è rispettato il periodo minimo di preavviso in conformità alle leggi e agli accordi collettivi nazionali, con tempistiche che variano in base al tipo di strumento che si rende necessario adottare. Nel corso del 2016 l'azienda ha affrontato le **operazioni di ristrutturazione per l'accentramento in Bulgaria**, da parte del Gruppo Coca-Cola HBC, di alcuni processi aziendali afferenti alle aree Finance, Risorse Umane e Procurement; ha inoltre trattato le operazioni di chiusura del magazzino di Buccinasco.

Per discutere di questi temi, si sono tenuti pertanto due Coordinamenti nazionali dedicati, diversi incontri con la Commissione Tecnica Commerciale e incontri periodici con i Rappresentanti sindacali locali. In questi incontri sono state esaminate le relative criticità e definite le opportune soluzioni. In particolare, con riferimento all'accentramento di alcune attività di Gruppo in Bulgaria, l'accordo sindacale adottato ha previsto l'uscita su base volontaria di alcuni lavoratori, attraverso l'incentivo all'esodo e la ricollocazione in altri ambiti lavorativi per i dipendenti interessati a questa soluzione. Nel caso invece della chiusura del magazzino di Buccinasco, la soluzione definita ha visto 19 dipendenti posti in outsourcing presso una importante società di logistica, che ha garantito **la ricollocazione di tutti i dipendenti con focus sul mantenimento delle professionalità acquisite**; la definizione nel Sales di accordi per una migliore organizzazione con la conseguente gestione in uscita di 12 commerciali; infine il trasferimento da Buccinasco alla sede di circa 50 dipendenti.

Nel caso di reclami nell'ambito giuslavoristico, il team di Industrial Relations in prima battuta si confronta con lavoratori e sindacati al fine di trovare una soluzione ed eventualmente avviare un confronto interno anche con l'Ufficio Legale, il Line Manager e, nei casi in cui si riscontri la potenziale violazione del Code of Business Conduct, anche con l'internal audit.



PERCENTUALE DI ORE DI LAVORO PERSE PER DISPUTE, SCIOPERI/CHIUSURE AZIENDALI

AZIENDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	0,20%	0,03%	0,07%
FONTI DEL VULTURE	0%	0%	0,06%
TOTALE AZIENDA	0,20%	0,03%	0,13%

L'aumento registrato nel 2016 della percentuale delle ore perse per sciopero è stato determinato dalla fase di trattativa da cui è derivato il rinnovo del CCNL Industrie Alimentari.

Diritti umani e gestione delle diversità

Il rispetto dei diritti umani è fondamentale per la sostenibilità del Gruppo Coca-Cola HBC e delle comunità in cui opera. La Policy sui Diritti Umani di Coca-Cola HBC si ispira ai principi internazionali sui diritti umani internazionali espressi dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, dalla Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro, dal Global Compact delle Nazioni Unite e ai Principi guida sull'impresa e i diritti umani dell'ONU. In linea con la Policy di Gruppo anche Coca-Cola HBC Italia è impegnata a **individuare e impedire qualsiasi violazione dei diritti umani** che possa verificarsi nell'ambito della propria attività d'impresa, attraverso appositi processi di due diligence e conformità preventiva in materia di diritti umani. L'azienda riconosce il valore e il contributo apportati dalla diversità dei propri dipendenti ed è perciò da tempo impegnata a **promuovere lo sviluppo delle pari opportunità**, senza alcuna ammissione di discriminazioni o molestie. Coca-Cola HBC Italia garantisce che sul luogo di lavoro non si verifichino 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. I presupposti per l'assunzione, l'impiego, il collocamento, la formazione, il trattamento retributivo e l'avanzamento di carriera del personale sono e rimangono le competenze, i risultati, le capacità e l'esperienza. Indipendentemente dalle caratteristiche o dallo status personale, non sono dunque tollerate condotte non appropriate e irrispettose o trattamenti non equi. Questi principi si applicano ai dipendenti della Società e ai suoi partner. L'azienda è impegnata a **creare ambienti di lavoro in cui sia garantito e rispettato un rapporto onesto e aperto tra tutti i dipendenti, e a rispettare tutte le norme e le leggi applicabili in materia di lavoro e occupazione**.

Al fine di garantire ai dipendenti la possibilità di segnalare comportamenti ritenuti in contrasto con le leggi o gli usi, di esprimere dubbi sulla Policy aziendale o di segnalare eventuali violazioni, sono state definite in linea con le indicazioni del Gruppo, apposite procedure. I dipendenti possono dunque effettuare le proprie segnalazioni in modo anonimo con diverse modalità:

- riportando eventuali violazioni al management o all'Ufficio Risorse Umane o agli Affari Legali;
- in alternativa, utilizzando "Speak Up!", la linea di assistenza telefonica per l'Etica e la Compliance di Coca-Cola HBC Italia.

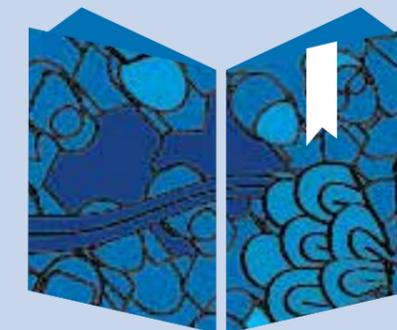
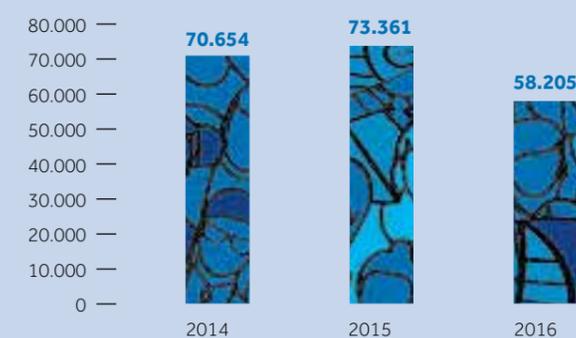
L'azienda si impegna ad effettuare le dovute indagini, a esaminare e a rispondere ai dubbi dei dipendenti coinvolti e ad intraprendere le azioni correttive necessarie per reagire alle violazioni. Coca-Cola HBC Italia, inoltre, vieta la riduzione in schiavitù e servitù delle persone, il ricordo a qualsiasi forma di lavoro forzato, obbligatorio o coattivo e il coinvolgimento nella tratta degli esseri umani. Altresì, l'azienda rispetta le normative locali sull'**età minima per il lavoro**, come previsto dalla Convenzione ILO n. 138. La Società non assume dipendenti minori di 18 anni di età per posizioni in cui siano previste mansioni pericolose, come previsto dalla Convenzione ILO n. 182.

Nel pieno rispetto della Policy adottata, Coca-Cola HBC Italia nel corso del 2016 non ha registrato segnalazioni per violazioni relative ai diritti umani. Altresì non sono state svolte ore di formazione dedicate specificatamente al tema dei diritti umani. La elevata sensibilità sul tema della tutela delle diversità all'interno dell'azienda è dimostrata anche da alcune pratiche, come ad esempio l'attiva partecipazione, insieme con The Coca-Cola Company, all'interno di **Valore D**, un'associazione di imprese che promuove la diversità, il talento e la leadership femminile per la crescita delle aziende e del Paese.

La formazione

L'attenzione che Coca-Cola HBC Italia rivolge alla crescita professionale dei propri dipendenti è sempre molto elevata e, con il passare del tempo, sempre più focalizzata e specialistica.

TOTALE ORE DI FORMAZIONE - TRIENNIO 2014-2016



Nel corso del 2016 si rileva un calo del 20% nelle ore complessive di formazione erogate rispetto all'anno precedente: il trend è conseguente all'importante investimento formativo profuso negli esercizi precedenti, durante i quali l'azienda ha investito molto nella formazione delle persone su tematiche di rilievo, in una prospettiva di crescita professionale a lungo termine.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE PER QUALIFICA E GENERE

QUALIFICA	GENERE	2016
DIRIGENTI	Uomini	23,15
	Donne	16,34
QUADRI	Uomini	34,30
	Donne	25,36
IMPIEGATI	Uomini	34,50
	Donne	33,52
OPERAI	Uomini	16,42
	Donne	10,95
ESPATRIATI	Uomini	8,98
	Donne	1,12

ORE DI FORMAZIONE EROGATE PER FUNZIONE

FUNZIONE	2015	2016
COMMERCIAL	39.021	32.309
HEALTH & SAFETY	6.048	9.045
LEARNING & MANAGEMENT	10.784	10.104
QUALITY	4.888	3.025
SUPPLY CHAIN	12.620	3.720
TOTALE	73.361	58.205

Quasi il **56%** delle ore totali erogate nel corso del 2016 è stato dedicato alla formazione commerciale, evidenziando il focus che l'azienda pone su questa specifica area di business. Infatti, una struttura composta da ben 17 persone è specializzata in attività d'aula, coaching e supporto manageriale su tutto il territorio nazionale per la forza vendita.

Il 2016 ha visto confermata la volontà di sviluppare i temi della Leadership, con oltre il 17% del totale delle ore erogate in formazione manageriale. La pianificazione, la creazione del gruppo, la creatività e la capacità realizzativa sono materie determinanti su cui l'organizzazione non ha mai smesso d'investire.

Ciò è dimostrato dal fatto che, nel corso degli ultimi tre anni, sono stati 130 i manager coinvolti nei corsi di coaching aziendali con l'obiettivo di diventare manager-coach: l'approccio impiegato da Coca-Cola HBC Italia, in coerenza con quello di Gruppo, vuole infatti sviluppare nei manager non solo competenze da applicare nello svolgimento del proprio lavoro, ma anche la capacità di essere un coach, in grado di occuparsi del benessere della popolazione aziendale - sostenendo le persone e guidandole - e di applicare in questo modo le politiche e le azioni più adeguate al fine di ottenere il miglior risultato aziendale possibile.

Nel 2016 si è inoltre assistito all'incremento della formazione su temi legati alla salute e alla sicurezza, che costituiscono quasi il 16% delle ore totali. Durante i Total Quality Day, sono stati ripresi i principi base della Sostenibilità (Qualità & Food Safety, Sicurezza e Ambiente). I corsi, svolti presso tutti gli stabilimenti in una giornata dedicata (con il fermo produzione), coinvolgono tutte le funzioni aziendali del plant. Nell'arco della giornata, attraverso attività formative, vengono approfonditi i temi collegati alla Qualità e Sicurezza del prodotto, alla tutela della Salute e Sicurezza dei lavoratori, con attenzione anche alle tematiche ambientali. Inoltre, i corsi di approfondimento sulle tematiche legate ai principi HACCP, aspetti igienico-sanitari e alle certificazioni ISO vengono svolti in fase di assunzione e a fronte della verifica della formazione del personale neoassunto.

ORE DI FORMAZIONE SU QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE A DIPENDENTI

ANDAMENTI	2014	2015	2016
ORE DI FORMAZIONE	2.078	1.904	3.241
NUMERO DIPENDENTI FORMATI	368	422	442
ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE	6	5	7

ORE DI FORMAZIONE SU QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE A PERSONALE ESTERNO

ANDAMENTI	2015	2016
ORE DI FORMAZIONE	964	1.977
NUMERO DI PERSONE FORMATO	216	154

56%
delle ore totali erogate nel corso del 2016 è stato dedicato alla formazione commerciale



Oltre alle ore di formazione dedicate ai dipendenti, sono state erogate anche ore di formazione dirette al personale interinale ed esterno, presente all'interno degli stabilimenti, anch'esse focalizzate sulle tematiche correlate alla Qualità e Sicurezza Alimentare. In particolare, nel 2016 la formazione si è focalizzata sul completamento dei programmi riguardanti i progetti:

SENSORY PROGRAM, nato su volontà di The Coca-Cola Company di **standardizzare il metodo di valutazione delle proprietà sensoriali delle bevande, in termini di compliance di gusto, odore e apparenza**. Questo tipo di analisi consente di identificare eventuali off-taste/off-odor sia sulle materie prime, sia sul prodotto finito prima che venga immesso sul mercato per garantire uno standard qualitativo sempre più elevato delle nostre bevande. È stato ampliato il numero di assaggiatori all'interno di ogni plant, sono state definite le attività di addestramento e test periodici per valutare l'efficacia della valutazione di ogni singolo assaggiatore.

MDP PROGRAM (Microbiologists Development Programme) definito da Coca-Cola Hellenic Bottling Company per **verificare le competenze in campo microbiologico del personale di laboratorio**. Sono state effettuate attività formative interne

ed esterne di aggiornamento mirato alle specie microbiche che potrebbero aver maggiore impatto nel nostro processo produttivo. Inoltre sono stati effettuati training esterni di aggiornamento e approfondimento sulle normative riguardanti la sicurezza alimentare (FSSC22000), la nuova versione inerente il sistema di gestione della Qualità (ISO 9001:2015) e la formazione alimentaristi secondo i Decreti Regionali.

Lo sviluppo delle persone

Il PM&D Cycle è un **processo annuale legato alla gestione della performance e dello sviluppo dei dipendenti**, che inizia con l'assegnazione degli **obiettivi annuali** e la condivisione tra il responsabile e il collaboratore del **Piano di Sviluppo Individuale** (Individual Development Plan - IDP), in cui si identificano azioni, da svolgersi durante l'anno, utili a sostenere la performance del dipendente.

Il Piano di Sviluppo Individuale (IDP) viene inizialmente proposto dal collaboratore e successivamente validato durante i **People Development Forum** (PDF). I PDF sono degli incontri in cui i responsabili discutono e calibrano in maniera condivisa le performance e il potenziale di tutti i loro collaboratori e dove sono definiti i piani di successione, i percorsi di carriera e i piani di sviluppo individuali per sostenerli.

Altri momenti fondamentali del processo sono la Mid-year Review e la Quarterly Review. **due colloqui tra responsabile-collaboratore svolti durante l'anno, al fine di discutere lo stato di avanzamento del piano di sviluppo individuale e di monitorare l'andamento degli obiettivi**. Nel 2016 il 78,92% dei dipendenti ha preso parte attiva al processo di PM&D cycle, esprimendo la propria auto-valutazione sul raggiungimento degli obiettivi.



78,92%
dei dipendenti ha preso parte attiva al processo di PM&D cycle, esprimendo la propria auto-valutazione sul raggiungimento degli obiettivi.

Nel 2016, inoltre, sono state erogate diverse **giornate di Development Center**, programmi volti a conoscere lo stato di salute delle **competenze manageriali e tecniche ritenute critiche rispetto al ruolo ricoperto, attraverso la somministrazione di differenti prove alla popolazione coinvolta**. Sono state coinvolte ad esempio 64 persone della funzione commerciale, a diversi livelli organizzativi, e 13 persone appartenenti alla funzione Risorse Umane e Supply Chain attraverso un percorso di valutazione strutturato che ha reso possibile verificare le loro capacità e conoscenze.

L'obiettivo di queste giornate è dunque indagare quale sia il gap tra il livello di competenze posseduto e quello desiderato per il ruolo ricoperto. Questo approfondimento permette di creare consapevolezza nella popolazione coinvolta rispetto alle proprie aree di forza e di miglioramento e di creare piani di sviluppo individuali ad-hoc per sostenere la performance nel tempo. Oltre al beneficio individuale rispetto ai gap emersi, queste giornate sono utili anche a mappare complessivamente le competenze della popolazione coinvolta, al fine di indirizzare e strutturare piani di formazione specifici per i bisogni emersi. Tali programmi dunque si affiancano e completano i piani di sviluppo individuali e i programmi di formazione aziendale. Uno dei principali obiettivi di Coca-Cola HBC Italia è la crescita dei propri dipendenti e è attivo un programma ad hoc, il **Fast Forward Program**, al fine di offrire opportunità di crescita a coloro che si dimostrano più talentuosi. Tale programma si propone di accelerare il percorso di sviluppo per coloro che hanno il potenziale più alto e manifestano il desiderio di crescere in azienda, in modo che possano ricoprire ruoli più complessi a livelli di leadership più alti. Nel 2016 sono stati coinvolti nel programma 30 dipendenti. La crescita delle persone è un elemento su cui sono fortemente focalizzati i manager dell'azienda e, proprio per il forte gruppo manageriale, Coca-Cola HBC Italia ha ottenuto anche nel 2016 un **riconoscimento all'interno del Randstad Award**, sulla base dei risultati di un'indagine sull'employer branding condotta dalla società specializzata in servizi per le risorse umane.

Sicurezza e benessere dei dipendenti

La massima attenzione rivolta alla salute e sicurezza dei dipendenti da parte dell'azienda viene confermata dai molteplici strumenti implementati nel corso degli anni al fine di prevenire gli infortuni. I dipendenti sono stati coinvolti direttamente per poter identificare ulteriori spazi di miglioramento nella gestione della sicurezza. Grazie a tale confronto è stato possibile, per Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture, individuare i potenziali ambiti critici e intervenire tempestivamente.

La salute e la sicurezza

Il trend relativo al tasso di infortuni sul lavoro e in itinere registra un ulteriore miglioramento nel corso dell'ultimo anno: nel 2016 il numero di infortuni (inclusi gli infortuni in itinere) si riduce da 41 a 23 episodi per complessivi 847 di giorni lavoro persi, in forte diminuzione rispetto ai 1.407 del 2015. Gli infortuni e i giorni persi nel corso del 2016 hanno coinvolto 23 persone: 21 per Coca-Cola HBC Italia e 2 per Fonti del Vulture. Dei 23 infortuni complessivi per il 2016, 9 hanno coinvolto donne e 14 uomini.



-43,9%
di infortuni rispetto al 2015

ANDAMENTI INFORTUNI

AZIENDA	TIPOLOGIA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	Totale infortuni	47	40	21
	Totale giorni persi	948	1.112	755
	On Site (infortuni accaduti presso le sedi aziendali)	11	12	2
	On Site - Giorni persi	308	214	32
	Off Site - Infortuni accaduti presso altre sedi (Es presso clienti, per strada, presso parcheggi, ...)	10	9	9
	Off Site - Giorni persi	424	304	420
	Stradali (infortuni a seguito di incidenti stradali occorsi durante spostamenti e trasferte di lavoro)	18	9	6
	Stradali - Giorni persi	144	262	203
	In itinere	8	10	4
	In Itinere - Giorni persi	72	332	100
FONTI DEL VULTURE	Totale infortuni	1	1	2
	Totale Giorni persi	64	295	92
	On Site (Infortuni Accaduti Presso Le Sedi Aziendali)	1	1	2
	On Site - Giorni persi	64	295	92
	Off Site infortuni accaduti presso altre sedi (es presso clienti, per strada, presso parcheggi, ...)	0	0	0
	Off Site - Giorni persi	0	0	0
	Stradali (infortuni a seguito di incidenti stradali occorsi durante spostamenti e trasferte di lavoro)	0	0	0
	Stradali - Giorni persi	0	0	0
	In Itinere	0	0	0
	In Itinere - Giorni persi	0	0	0

Le principali categorie di lavoratori esposti a rischio infortunio sono:

- personale commerciale viaggiante (rischio incidenti stradali, rischio cadute/scivolamenti per strada);
- operatori di linea (rischio legato alla disattenzione/ridotta percezione del rischio durante l'uso di attrezzature e impianti).

Nel corso del 2016, sono state aperte due pratiche per malattie professionali, una per sindrome da tunnel carpale aperta da un'operatrice di Teleselling (pratica non riconosciuta da INAIL e chiusa nel corso del 2016); una per deficit uditivo aperta da un operatore di linea di Oricola (la pratica, a fine 2016 risultava ancora aperta).

Nel 2016, si è assistito ad un aumento del numero di segnalazioni di "quasi infortuni" rispetto all'anno precedente (429 vs 354), dovuto principalmente all'aumento di segnalazioni da parte della forza commerciale, che hanno riguardato principalmente:

- incidenti stradali senza infortunio e carenze della flotta;
- mancati infortuni derivanti da bassa percezione del rischio/disattenzione su attività di routine.

CASI DI "MANCATO INFORTUNIO" SEGNALATI DAI LAVORATORI

AZIENDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	121	325	390
FONTI DEL VULTURE	10	20	39
TOTALE AZIENDA	131	345	429

Negli anni si sono consolidate le modalità di gestione dei programmi di formazione relativi alla salute e sicurezza: si organizzano durante l'anno, per tutti i dipendenti, momenti formativi dedicati o inseriti in programmi diversi, come quello relativo all'orientamento dei nuovi dipendenti. In particolare, la formazione viene erogata in modalità d'aula (90%) e in parte in modalità e-learning (10%, principalmente per i corsi di Formazione Generale e di AlertDriving).

In accordo con le indicazioni del Gruppo, il 2016 è stato l'ultimo anno di svolgimento del corso di AlertDriving. In particolare, non sono stati iscritti nuovi dipendenti rispetto agli anni passati, ma si è solo proseguito con il completamento delle sessioni in corso, avviate dai partecipanti negli anni passati, con la medesima modalità e-learning. Altresì, nell'ultimo trimestre del 2016 l'Italia è stata individuata, insieme con la Russia, come Paese pilota per testare una nuova piattaforma e-learning, denominata **Axonify**. Il test ha coinvolto 200 partecipanti (dipendenti muniti di auto aziendale) ed è consistito in una gara a squadre, chiamate a rispondere quotidianamente a tre domande in tema di guida sicura. Il test terminerà a gennaio 2017 e porterà all'assegnazione di un piccolo premio a tutti i partecipanti della squadra che, a fine corso, avrà conseguito il punteggio più alto. Sulla base del test, il Gruppo valuterà inoltre se proseguire con l'implementazione di Axonify anche nel 2017.

I corsi di aggiornamento periodico in tema **Health&Safety** sono invece svolti in aula, raggruppando il personale per mansioni omogenee. I temi di salute e sicurezza vengono affrontati anche all'interno dei "Total Quality Days" chiamati "Win Together Days" nello stabilimento di Nogara.

Nel 2016, i cinque Win Together Days svolti a Nogara hanno coinvolto circa 250 dipendenti per un totale di 1.250 ore di formazione e hanno toccato i seguenti argomenti:

- Sostenibilità a 360°, in termini di attenzione alle risorse idriche ed energetiche;
- Revisione del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) in modo partecipato;
- Formazione specifica per i manutentori elettrici e i meccanici, in particolare sull'utilizzo del Lockout/Tagout ed interferenze con ditte esterne.

The YOUman Factor

Il progetto The YOUman Factor è stato avviato nel 2015 presso lo stabilimento di Nogara. L'obiettivo generale era il cambio culturale in tema Health & Safety ed ha avuto come conseguenza la definizione del protocollo BBS (Behaviour Based Safety), ovvero l'osservazione dei comportamenti di tutti i dipendenti, rafforzando quelli positivi, nell'ottica di un miglioramento continuo.

Nel corso degli anni sono stati coinvolti tutti i lavoratori, in diversi momenti e con diverse forme, dall'informazione all'addestramento, basate sulla metodologia di edutainment, ovvero una formazione esperienziale incentrata sul divertimento.

Il progetto ha coinvolto complessivamente 350 dipendenti, anche stagionali; in particolare nel corso della prima edizione nel 2015 sono state coinvolte 100 persone, mentre nel 2016 si sono raggiunti i 250 partecipanti.

Per entrambe le edizioni sono state erogate in media 10 ore di formazione a testa.

La riduzione degli infortuni del 88% rispetto al 2015 (un solo infortunio nel 2016 contro gli 8 del 2015) rappresenta un segno tangibile dell'importante lavoro svolto dal team locale.



L'anno 2016 si è distinto inoltre per l'implementazione, per la prima volta, del **Total Quality Day della Funzione Commerciale**: un percorso di formazione svolto su tutto il territorio nazionale e diretto a tutta la popolazione Sales itinerante. Sono state in particolare svolte 19 sessioni, che hanno visto la partecipazione attiva di 833 persone sugli importanti temi della sicurezza e dei rischi connessi alla loro attività lavorativa, per un totale di ben **5.000 ore di formazione**.

Lo svolgimento dei Total Quality Day è avvenuto anche nella sede di Sesto San Giovanni, con il coinvolgimento di circa 300 persone, per un totale di circa 650 ore di formazione.

NUMERO DI PERSONE FORMATE SU SALUTE E SICUREZZA

AZIENDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	1.023	1.136	1.403
FONTE DEL VULTURE	64	70	51
TOTALE AZIENDA	1.087	1.206	1.454

ORE TOTALI DI FORMAZIONE SU SALUTE E SICUREZZA

AZIENDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	6.609,5	5.181,5	9.544
FONTE DEL VULTURE	482,5	638,5	542
TOTALE AZIENDA	7.092	5.820	10.086

La diminuzione registrata per Fonti del Vulture, nelle ore e nelle persone coinvolte sulla formazione relativa ai temi legati alla salute e sicurezza, è da imputarsi al mancato svolgimento dei Total Quality Day presso lo stabilimento di Rionero in Vulture.

A novembre 2016 per il sesto anno consecutivo, insieme con tutti i Paesi di Coca-Cola Hellenic Bottling Company è stata organizzata la **Health & Safety Week**, uno dei momenti più importanti per promuovere i temi legati alla sicurezza e alla salute sul luogo di lavoro e continuare a sostenere il principio fondamentale del **"Think safe, be safe"**, la responsabilità di ognuno di pensare e agire in modo sicuro per prevenire ogni rischio.

Sono stati quattro i temi fondamentali trattati nel 2016 attraverso comunicazioni ad hoc sulla intranet aziendale e attraverso diversi materiali informativi presenti in tutte le sedi: **comportamenti sicuri** (ovvero la valutazione dei rischi connessi ad alcune attività quotidiane e la segnalazione di situazioni di rischio); **guida sicura; stress e benessere; ergonomia**.

A completamento del piano di comunicazione è stato implementato un quiz aperto a tutti i dipendenti che ha permesso ai colleghi di dimostrare le proprie conoscenze in materia rispondendo a semplici domande sui temi trattati durante la Health & Safety week.

Toolbox Talk e Walk The Talk

Nel 2016 sono stati svolti diversi "Toolbox talk" e "Walk the talk", incontri informali in tema di sicurezza tra i manager di sito e il personale operativo, con l'obiettivo di individuare insieme le eventuali criticità legate alle attività quotidiane e le possibili soluzioni da adottare per la prevenzione degli infortuni. In particolare, nel corso del 2016 sono stati erogati 2.039 "Toolbox talk", di cui 1.247 nella funzione Sales e 792 nella funzione Supply Chain. Sono stati invece erogati 1.024 "Walk the talk", di cui 12 nella funzione Sales e 1.012 nella funzione Supply Chain.

In tutti gli stabilimenti sono stati sottoscritti accordi sulla videosorveglianza e verbali di incontro sul tema "stress da lavoro correlato".

L'engagement e il benessere

Come ogni anno è stata condotta a settembre 2016 la **survey MyVoice**, giunta alla decima edizione. L'indagine ha raccolto i pareri dei dipendenti sul loro **senso di appartenenza all'azienda** e la percentuale di partecipazione è stata del 95%, con un incremento rispetto all'anno precedente, dove il tasso di partecipazione era stato pari al 91%. Grazie ad una comunicazione chiara della strategia, una revisione delle modalità di gestione del processo di valutazione annuale delle performance e del potenziale e a una definizione puntuale dei ruoli dei leader, il cosiddetto Employee Engagement Index di Coca-Cola HBC Italia è salito di 6 punti rispetto all'anno precedente, raggiungendo il valore del 83% (a fronte del 77% nel 2015). In particolare si è evidenziata una crescita nelle aree:

Fiducia nella Strategia

Value Index (misura l'allineamento emotivo e razionale con i valori dell'azienda)

Ambassadorship Index (misura l'allineamento emotivo e razionale con i prodotti e servizi dell'azienda)

+7 punti (vs 2015)

+5 punti (vs 2015)

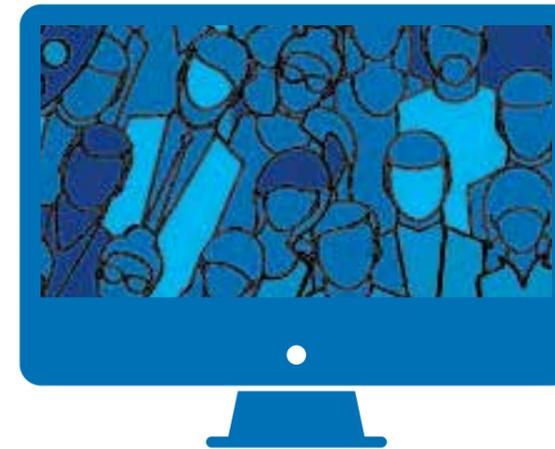
+3 punti (vs 2015)

Tale risultato positivo conferma lo sforzo intrapreso dall'organizzazione nel 2016, che ha anche contribuito all'aumento dell'1% dell'Employee Engagement Index di Coca-Cola Hellenic Bottling Company.

L'azienda condivide in modo trasparente con i propri dipendenti le strategie e i risultati ottenuti: oltre ad avvalersi degli strumenti di comunicazione interna (Intranet, newsletter, Coke Tv, bacheche e una piattaforma online dedicata alla forza vendita), sono organizzati periodicamente momenti di incontro dei vertici aziendali presso gli stabilimenti e riunioni mensili informali dell'Amministratore Delegato con il personale di sede.

La survey del 2015 aveva evidenziato tre aree principali su cui sono stati focalizzati i piani d'azione del 2016: **Fiducia nella strategia, Leadership, Efficienza e Semplificazione**.

In risposta alla richiesta di maggiore coinvolgimento sull'andamento del business sono stati introdotti negli stabilimenti i **Contact Meeting**, incontri trimestrali informali per condividere i principali aggiornamenti sulla strategia con il personale di sede e degli stabilimenti e sono proseguite le riunioni di area dedicate alla forza vendita.



Inoltre, in linea con il costante impegno dell'azienda per la semplificazione dei processi interni, è stata lanciata una **nuova intranet, WeConnect**, accessibile da tutti i dispositivi aziendali e, per la prima volta, anche negli stabilimenti attraverso dei chioschi interattivi. WeConnect è così diventato un unico punto di riferimento dove trovare news, iniziative, convenzioni, policy aziendali e tutto ciò che serve per vivere in azienda.

Colazioni con l'AD e Contact Meeting presso gli stabilimenti

A partire dal 2015, una volta al mese, l'Amministratore Delegato incontra tutti i dipendenti presenti nella sede di Milano (circa 350) per una colazione informale di circa mezz'ora, occasione per condividere gli aggiornamenti sull'andamento del business ed evidenziare nuovi progetti e iniziative. Anche negli stabilimenti i Plant Manager organizzano periodicamente i Contact Meeting, momenti di incontro con i dipendenti con gli stessi obiettivi e per celebrare risultati, progetti e iniziative di successo dei rispettivi team.

Annualmente l'azienda organizza i **Family Day**, giornate in cui gli stabilimenti aprono le loro porte alle famiglie e agli amici dei dipendenti; tra le diverse attività, sono previste la visita al ciclo di produzione e la formazione sui temi Ambassador, che ha l'obiettivo di fornire corrette informazioni sui prodotti e sugli ingredienti, oltre agli impegni dell'azienda sui temi di sostenibilità.

Nel corso del 2016 sono stati organizzati quattro Family Day presso le sedi di Marcanise, Oricola, Nogara e Fonti del Vulture che hanno coinvolto complessivamente circa 2.500 persone.

Il Family Day di Marcanise ha visto la partecipazione di 1.100 persone e si è tenuto in concomitanza con l'inaugurazione del nuovo impianto di cogenerazione a cui ha preso parte l'allora Primo Ministro Matteo Renzi e diversi esponenti del mondo del lavoro, dello sport e della cultura. Il Family Day di Fonti del Vulture si è invece tenuto in concomitanza con i festeggiamenti per il 120° anniversario dello stabilimento con un'inedita celebrazione serale.

I 120 anni dello stabilimento di Fonti del Vulture

Lo stabilimento di Fonti del Vulture ha festeggiato nel 2016 i suoi 120 anni di storia, un importante traguardo celebrato con una giornata di festa presso il sito produttivo di Rionero in Vulture, alla presenza di oltre 400 persone tra dipendenti, ex dipendenti e familiari e di 90 ospiti tra autorità, clienti, fornitori, giornalisti.

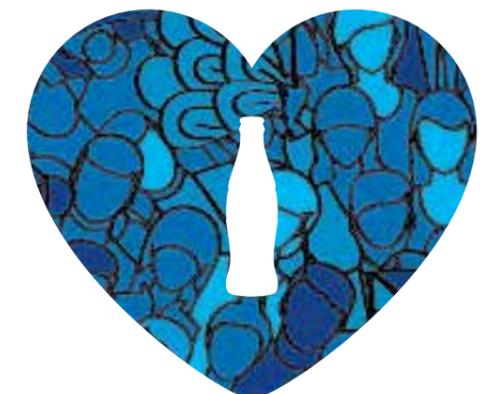
L'evento ha coinvolto, durante la mattinata, alcuni giornalisti locali che hanno potuto visitare le linee di produzione e conoscere da vicino la storia e gli impegni dello stabilimento in materia di sostenibilità. Nel pomeriggio si è svolto invece il Family Day con la visita al ciclo di produzione da parte delle famiglie dei dipendenti, degli ex dipendenti e degli ospiti esterni invitati all'evento.

A seguire, si è svolta la celebrazione dell'Anniversario, durante la quale il Sindaco di Rionero in Vulture ha consegnato una targa allo stabilimento come riconoscimento della sua rilevanza per lo sviluppo della comunità locale.

Anche per il 2016 è proseguito il Programma **"Ambassador"**, con l'obiettivo di fornire le corrette informazioni sui nostri prodotti e gli ingredienti utilizzati, sulle strategie aziendali e gli impegni in materia di sostenibilità, al fine di informare i dipendenti e renderli i primi Ambasciatori dell'azienda.

Nel corso del 2016, oltre alle sessioni tenute durante i Family Day, circa 1.300 dipendenti sono stati coinvolti nel programma Ambassador durante l'annuale Convention Commerciale, meeting di funzione e programmi di orientamento per i neo-assunti.

Sempre nel 2016, le sessioni Ambassador sono state estese anche ad alcuni dei principali clienti nell'ambito di un piano di **"Customer Engagement"** gestito dalla funzione Commerciale; in particolare, sono state tenute due sessioni presso le sedi di Milano e Nogara con il Top Management di due importanti clienti.





Mercato

Rispondere a ogni sfida

Coca-Cola HBC Italia è consapevole che la capacità dell'azienda di supportare le strategie di vendita e di contribuire a tutelare la redditività dei propri clienti sono elementi fondamentali per la crescita.

La collaborazione con i clienti aiuta a creare valore condiviso, individuando insieme le opportunità di sviluppo. In tal senso, per Coca-Cola HBC Italia è fondamentale fornire adeguata formazione a chi opera nella funzione commerciale, perché possa avere i migliori strumenti per lavorare in partnership con i clienti. Al contempo l'azienda opera per sviluppare e rafforzare le proprie relazioni con i fornitori, che rappresentano un altro soggetto chiave per lo sviluppo sostenibile e per il miglioramento del posizionamento nel mercato.

Produzione e vendite

Coca-Cola HBC Italia ha realizzato nel corso dell'esercizio le proprie attività di:



produzione

di soft drink, presso i 3 stabilimenti di Nogara (VR), Oricola (AQ), Marcanise (CE);



imbottigliamento

di acqua presso l'impianto dedicato a Rionero in Vulture (PZ).

Nel 2016 i volumi venduti hanno subito un calo rispetto al 2015 sia per Coca-Cola HBC Italia (-2%) sia per Fonti del Vulture (-5,7%), dovuto anche al debole contesto economico, che ha prodotto una riduzione dei consumi. Il trend negativo dei volumi, in particolare per l'acqua minerale, risente della cessione dello stabilimento di Monticchio, che imbottigliava i prodotti a marchio Toka e Solaria.

VOLUMI VENDUTI - Litri

AZIENDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	1.119.289.136	1.136.265.410	1.112.621.958
FONTE DEL VULTURE	356.400.076	372.084.375	350.517.373



Alle attività di produzione si aggiungono i "ricondizionamenti", ovvero l'attività di riparazione/rigenerazione delle **frigorifere**, che in questo modo vengono immesse nuovamente sul mercato (in bar, ristoranti, ecc.). Le frigorifere sono infatti di proprietà di Coca-Cola HBC Italia, che si occupa, attraverso l'impiego di fornitori di fiducia, della loro **manutenzione**, per poi metterle al servizio dei **propri clienti**. Sino al 2013 l'attività di ricondizionamento è stata svolta dall'azienda attraverso una propria struttura tecnica (TS&E), successivamente esternalizzata.

NUMERO DI INTERVENTI DI RICONDIZIONAMENTO EFFETTUATI

7.936

nel 2014

9.010

nel 2015

7.586

nel 2016

La componente principale dei volumi di vendita è realizzata dalle bevande gassate, laddove le acque pesano circa un quarto delle vendite totali.

VOLUME DI VENDITA PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO - Valori %

AZIENDA	BEVANDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	TÈ PRONTO DA BERE	1,5%	1,4%	1,4%
	SUCCHI DI FRUTTA	0,4%	0,4%	0,4%
	BEVANDE GASSATE a basso contenuto calorico	8,1%	8,3%	9,8%
	BEVANDE GASSATE	64,6%	63,8%	63,1%
	ALTRO	1,2%	1,4%	1,3%
FONTI DEL VULTURE	ACQUA	24,2%	24,7%	24,0%

Nel 2016 si è assistito ad un'ulteriore crescita del consumo delle bevande gassate a ridotto contenuto calorico, che aumentano il loro peso dello 0,9% sul totale, grazie in particolare al nuovo lancio di **Coca-Cola Life** (avvenuto ad aprile 2016) e alla continua crescita di Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Calorie. Questi dati evidenziano una **risposta coerente dei consumatori con l'impegno assunto dall'azienda** di incrementare la propria offerta con prodotti a ridotto/nullo contenuto calorico.

Dal 2005 è stato ridotto il contenuto calorico delle bevande **ridotto dell'8% il contenuto calorico delle bevande**

Infine, rimane costante la percentuale dei volumi venduti di **succhi di frutta**; tra questi il 0,06% del venduto complessivo rappresenta prodotti che contengono ingredienti arricchiti di sostanze nutritive e in particolare di vitamine (C ed E) e provitamina A (si tratta di Amita ACE, come indicato in etichetta e in conformità alla notifica al Ministero della Salute).

La politica commerciale

I tre principali canali di vendita della struttura commerciale di Coca-Cola HBC Italia sono:

1

MODERN TRADE:
riguarda lo sviluppo del mercato della grande distribuzione organizzata e locale e dei grandi clienti nazionali e internazionali del canale Horeca.

2

WHOLESALERS & TPV:
la struttura si occupa della vendita attraverso il canale ingrosso e distribuzione automatica.

3

NORMAL TRADE:
la struttura ha la responsabilità dello sviluppo del canale Horeca, costituito in maggioranza da bar, ristoranti, negozi tradizionali, parchi a tema e hotel.



Anche per il 2016 all'interno del canale **Modern Trade**, sono stati creati dei piani ad hoc per sotto-canali (ovvero Iper, Super, Superettes e Discounter) al fine di sviluppare al meglio il business e cogliere le **possibili opportunità di crescita** anche in collaborazione con i clienti. Rispetto invece al canale del Normal Trade, è proseguito il percorso iniziato nel 2015 attraverso il progetto Route to Market, diretto alla riduzione del business in consegna diretta (concentrato nelle sole aree metropolitane) e aumentando quello in consegna tramite i **Grossisti**. Questi ultimi sono stati oggetto di piani dedicati, nella logica di aumentare la partnership con l'azienda. I grossisti infatti sono **classificati in base alle potenzialità e all'abilità nell'essere un buon partner** nel business nel territorio in cui operano, considerando specificità e peculiarità dello stesso. In questo modo Coca-Cola HBC Italia può garantire ai propri clienti un ritorno economico sostenibile nel tempo e migliorare la capacità di attuare la strategia sul punto di vendita. I volumi di vendita si possono suddividere nei canali di destinazione, in cui si evidenzia che il **74,9% dei volumi totali è venduto nella distribuzione organizzata**.

VOLUMI DI VENDITA COCA-COLA HBC ITALIA PER CANALE - Valori %

CANALE	2014	2015	2016
MODERN TRADE	74%	74%	74,9%
WHOLESALERS & TPV	21%	22,8%	22,7%
NORMAL TRADE	5,0%	3,2%	2,4%

Nel 2016, Coca-Cola HBC Italia evidenzia sia per il canale Modern Trade che per il Wholesalers & TPV volumi di vendita in linea con gli anni precedenti. Altresì, nel Normal Trade si nota la corrispondente diminuzione del peso del canale (-0,8%) in termini di volumi di vendita, a favore del canale Grossisti.

VOLUMI DI VENDITA FONTI DEL VULTURE PER CANALE - Valori %

CANALE	2014	2015	2016
MODERN TRADE	49%	50%	49%
WHOLESALERS & TPV	36%	40%	43%
NORMAL TRADE	15%	10%	8%

Nel 2016, per le acque minerali, si assiste ad una leggera diminuzione del peso del canale Modern Trade in termini di volumi di vendita, data dalla cessione dei brand Toka e Salaria. Si evidenzia inoltre lo stesso fenomeno riscontrato per le altre bevande, ossia il passaggio di **volumi di vendita dalla distribuzione diretta al canale Grossisti (+3%)**. Se si osservano le percentuali di vendita dal punto di vista della distribuzione numerica dei clienti, si evince che per Coca-Cola HBC Italia il maggior numero di essi afferisce al canale del consumo fuori casa (bar, ristoranti e pizzerie), mentre le catene della grande distribuzione rappresentano il 17% del totale, con un aumento del 2% rispetto al 2015.

VOLUMI DI VENDITA COCA-COLA HBC ITALIA PER CLIENTE - Valori %

CLIENTE	2014	2015	2016
MODERN TRADE	9%	15%	17%
WHOLESALERS & TPV	5%	8%	7%
NORMAL TRADE	86%	77%	76%

Per le vendite delle acque minerali si registra invece un +3% nel Modern Trade e un +1% nel Wholesalers & TPV, bilanciati da un -4% nel canale Normal Trade, in conseguenza della nuova strategia Route to Market.

VOLUME DI VENDITA FONTI DEL VULTURE PER CLIENTE - Valori %

CLIENTE	2014	2015	2016
MODERN TRADE	6%	9%	12%
WHOLESALERS & TPV	1.9%	5%	6%
NORMAL TRADE	92%	86%	82%

Il monitoraggio per valutare la soddisfazione dei clienti è proseguito anche nel 2016. **Coca-Cola HBC Italia ha migliorato il suo ranking** nella survey di Customer Satisfaction realizzata con il supporto di GfK dedicata ai clienti della Distribuzione Organizzata (Key Account) e su quella effettuata a livello di singolo punto di vendita (Outlet Execution). L'azienda risulta essere la migliore realtà tra quelle che hanno partecipato alla survey.

Le aree di miglioramento indicate dai partner sono per lo più legate ai margini commerciali, alla **necessità di ridurre la complessità e la burocrazia e ad aumentare il livello del servizio**. A partire da queste indicazioni sarà sviluppato un piano di azione che coinvolgerà il team commerciale di Customer Management. È stato invece riconosciuto un **netto miglioramento nella capacità di costruire attività ad hoc di co-marketing con i clienti** e piani congiunti atti a sviluppare la categoria delle bevande gassate soprattutto in termini di valore aggiunto (Joint Business Plan).



“PER AUTOGRILL È IMPORTANTE COSTRUIRE COMUNI STRATEGIE DI MERCATO CON COCA-COLA HBC ITALIA: SIAMO PARTNER IN GRADO DI DIALOGARE DIRETTAMENTE CON I CONSUMATORI E DI REALIZZARE AZIONI COMUNI DIRETTE ALLA COMUNITÀ, COME IL SUPPORTO AD ORGANIZZAZIONI NO PROFIT.”

Silvio De Girolamo, CSR Manager Autogrill

Le politiche di approvvigionamento sostenibile

Nel 2016 i fornitori con sede in Italia sono risultati essere 771, pari all'86% del totale. La tabella di seguito considera tutti i fornitori attivi.

NUMERO DI FORNITORI PER TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	2014	2015	2016
TS&E E RICAMBI	317	210	213
MATERIE PRIME	99	105	106
TRASPORTI	123	107	79
MARKETING E SERVIZI	501	512	497
TOTALE AZIENDA	1.040	934	895

Nel corso dell'anno, si è registrata una complessiva riduzione del numero totale dei fornitori: al fine infatti di rendere uniformi i processi in tutti i Paesi del Gruppo Coca-Cola HBC, diverse attività amministrative e di supporto sono state centralizzate in Bulgaria.

Pertanto anche l'Italia ha avviato il progetto **TOP - Treasury Optimization Program**, allo scopo di trasferire i processi Finance e Procurement: questo cambiamento consentirà una maggiore focalizzazione sulla strategia di crescita e l'esecuzione dei processi, **migliorando il supporto ai clienti**.

La spesa complessiva sostenuta per gli acquisti nel 2016 da Coca-Cola HBC Italia è stata pari ad un valore di 426,2 milioni di euro e quella sostenuta da Fonti del Vulture è stata di 25,1 milioni di euro, per complessivi 451,5 milioni. Di seguito il dettaglio.

SPESA PER TIPOLOGIA DI APPROVVIGIONAMENTO NEL 2016

AZIENDA	TIPOLOGIA	EURO ¹
COCA-COLA HBC ITALIA	TS&E e ricambi ²	53.796.156
	Materie prime	218.743.542
	Trasporti	91.730.455
	Marketing e servizi	61.883.745
	SPESA COMPLESSIVA	426.153.898
FONTI DEL VULTURE	TS&E e ricambi	2.616.939
	Materie prime	18.418.727
	Trasporti	200.641
	Marketing e servizi	4.090.934
	SPESA COMPLESSIVA	25.327.240

DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI 2016



SPESA PER AREA GEOGRAFICA DI RIFERIMENTO DEI FORNITORI

AZIENDA	TIPOLOGIA	EURO
COCA-COLA HBC ITALIA	Nord	184.778.072
	Centro	174.874.928
	Sud	15.597.604
	Estero	50.903.295
	TOTALE	426.153.898
FONTI DEL VULTURE	Nord	4.621.117
	Centro	15.148.423
	Sud	5.313.689
	Estero	244.011
	TOTALE	25.327.240
TOTALE AZIENDA	Nord	189.399.189
	Centro	190.023.351
	Sud	20.911.293
	Estero	51.147.306
	TOTALE	451.481.138

¹ Dati IVA inclusa
² Nella categoria TS&E e ricambi sono inclusi Bevservice e Frigoglass

Tra gli ingredienti principali utilizzati nel ciclo produttivo di Coca-Cola HBC Italia vi è il concentrato (contenente anche gli aromi), lo zucchero e i succhi concentrati (per bevande a base di frutta), che opportunamente miscelati con acqua ed anidride carbonica costituiscono i prodotti finiti che sono imbottigliati nei formati PET, vetro, lattine, bag in box o fustini.

L'azienda acquista lo zucchero principalmente da fornitori con sede in Italia i quali, a causa della contrazione della produzione di zucchero italiano, spesso si riforniscono all'estero per poter soddisfare la domanda interna ed essere competitivi sul prezzo.



FORNITURE DI ZUCCHERO

PROVENIENZA	2015	2016
NUMERO FORNITORI DI ZUCCHERO CON SEDE IN ITALIA	6	4
PERCENTUALE FORNITORI DI ZUCCHERO CON SEDE IN ITALIA	97%	80%
PERCENTUALE DI ZUCCHERO IMPIEGATO PROVENIENTE DA PRODUZIONI DISLOCATE IN ITALIA	16%	0%

Gli ingredienti e gli imballi a diretto contatto con le bevande (imballi primari) prima dell'immissione nel processo produttivo sono sottoposti a un'attenta valutazione dal punto di vista dell'impatto ambientale e della sicurezza dei consumatori. I produttori sono pertanto sottoposti a un processo di audit svolto direttamente da The Coca-Cola Company secondo parametri molto stringenti, mentre Coca-Cola HBC Italia esegue sui materiali un protocollo di test all'interno degli stabilimenti, al fine di valutarne le performance qualitative prima di un qualsiasi utilizzo. Tutti i produttori devono fornire idonea documentazione di conformità a tutte le vigenti leggi in materia (sia nazionali che comunitarie): solo a fronte di tale conformità, l'azienda procede all'autorizzazione dell'utilizzo di queste materie prime. L'incidenza dei fornitori cosiddetti "strategici" è un altro parametro rilevante: si tratta dei fornitori di materiali critici per il processo produttivo (ad esempio imballi primari e ingredienti), di trasporto e di servizi che svolgono le loro attività all'interno delle sedi (appalti). Tra i fornitori critici vengono anche considerati quelli di ingredienti di Coca-Cola Hellenic Procurement, la società del Gruppo attraverso la quale l'azienda acquista tutti gli ingredienti e il packaging primario.

FORNITORI CRITICI - TOTALE AZIENDA

FORNITORI	2014	2015	2016
CRITICI	193	197	191
TOTALI	1.040	934	895

Dei 191 fornitori risultati "critici" nel 2016:

58 fornitori di materie prime **72** fornitori di trasporti **55** fornitori per il marketing e altri servizi.

PERCENTUALE FORNITORI CRITICI - TOTALE AZIENDA

TIPOLOGIA	2014	2015	2016
TS&E E RICAMBI ³	9%	7%	7%
MATERIE PRIME	30%	30%	55%
TRASPORTI	100%	88%	91%
MARKETING E SERVIZI ⁴	7%	11%	11%

³ Nella categoria TS&E e ricambi sono ricompresi i CDE Cold Drink Equipment e alcuni top vendors MRO Maintenance and Repair Operation /PEQ Production equipment.
⁴ In questa categoria sono inclusi i fornitori con rapporti con la pubblica amministrazione e appalti di manodopera servizi.



Coca-Cola HBC Italia richiede ai fornitori di ottemperare ai requisiti del D.lgs. 231/2001⁵ e di aderire al Codice di Comportamento negli Affari adottato dalla Società, oltre che ai Principi Guida per i Fornitori. Coloro che operano con l'azienda sono a conoscenza di dover condurre i propri affari in modo coerente rispetto ai valori di Coca-Cola HBC Italia, che recepiscono i più alti standard di qualità, integrità ed eccellenza. Tutti i nuovi fornitori sono stati monitorati in base ai Supplier Guiding Principles che prevedono il rispetto dei diritti umani, dell'ambiente, delle consuetudini sociali e delle leggi sul lavoro. Nel 2016, la sottoscrizione e adesione ai Principi Guida da parte dei nuovi fornitori ha raggiunto il 100%.

NUOVI FORNITORI CHE HANNO SOTTOSCRITTO I SUPPLIER GUIDING PRINCIPLES

TIPOLOGIA	2015		2016	
	NUMERO	% SU TOTALE NUOVI ENTRATI	NUMERO	% SU TOTALE NUOVI ENTRATI
TS&E e ricambi	21	95%	16	100%
Materie prime	2	92%	10	100%
Trasporti	8	100%	8	100%
Marketing e servizi	61	49%	82	100%
TOTALE AZIENDA	92	64,8%	116	100%

Al fine di aumentare l'adesione da parte dei nuovi fornitori ai SGP, Coca-Cola HBC Italia sta intraprendendo azioni mirate di sensibilizzazione su tutti i fornitori che ad oggi non li abbiano ancora sottoscritti. Nel 2016, la spesa complessiva in acquisti sostenuta dall'azienda è stata erogata da fornitori sottoscrittori dei Supplier Guiding Principles.

"LA RELAZIONE TRA BALL E COCA-COLA HBC ITALIA È ATTIVA DA TEMPO ED È CONSIDERATA STRATEGICA DALLA NOSTRA AZIENDA: BALL È UN'AZIENDA MOLTO ATTENTA ALLE TEMATICHE DELLA CSR E IN QUESTO CERTAMENTE RISCONTRIAMO UN TRATTO COMUNE CON COCA-COLA HBC ITALIA, CHE RENDE ANCORA PIÙ PROFICUA LA NOSTRA RELAZIONE IN QUANTO EVIDENZIA UN APPROCCIO COMUNE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE".

Monica Mantovani, Sales Manager Ball Beverage Packaging Italia



⁵ Sono esclusi dalla sottoscrizione dell'obbligo di rispettare il Modello 231 e il Codice Etico di CCHBCI i soli studi legali e notari con cui l'Azienda collabora, per un totale di circa 22 professionisti.



Ambiente

Crescere in modo responsabile

Il rispetto dell'ambiente è per Coca-Cola HBC Italia un pilastro fondamentale per una crescita sostenibile, basato sull'impegno nella minimizzazione degli impatti ambientali dell'intero ciclo produttivo compatibilmente con la garanzia degli elevati standard qualitativi definiti.

La politica di gestione ambientale, integrata con quelle di Qualità e Sicurezza, è stata rivista nel corso del 2015 nell'ottica di garantire la piena integrazione delle più recenti normative ambientali e delle revisioni apportate agli standard internazionali di riferimento. In piena coerenza con l'impegno di intervenire per mitigare i propri impatti ambientali, Coca-Cola HBC Italia nel 2015 ha infatti distinto, all'interno della propria struttura, diversi ruoli specializzati nel settore energetico ed ambientale al fine di continuare a garantire una gestione efficiente delle proprie operazioni, in un'ottica di innovazione e riduzione dei rischi relativi ai propri processi e prodotti.

Inoltre, nel 2016, è entrato in vigore un modello di misurazione degli impatti di sostenibilità economici e ambientali degli investimenti, da utilizzare in fase di gara in modo da sensibilizzare i fornitori verso queste tematiche. Coca-Cola HBC Italia considera essenziali gli obiettivi della qualità totale di prodotti e servizi, della sicurezza e igiene alimentare, della salute e sicurezza del personale e della tutela dell'ambiente. A tal fine è impegnata a mantenere il proprio sistema di gestione integrato Salute e Sicurezza, Ambiente, Qualità e Sicurezza Alimentare, il cui rispetto è garantito dal raggiungimento e dal mantenimento delle certificazioni di Qualità (secondo la norma UNI EN ISO 9001), Sicurezza ed Igiene Alimentare (secondo le norme UNI EN ISO 22000 e FSSC 22000) nonché di Sicurezza e Tutela della Salute (secondo la norma OHSAS 18001) e dell'Ambiente (secondo la norma UNI EN ISO 14001) per tutti i siti produttivi e con certificazione multisito ("gestione integrata").

Gli indicatori di performance possono essere letti e raffrontati in termini sia di input (consumi energetici, idrici, di materiali), che di output ambientali (emissioni e rifiuti) che gli stabilimenti di Coca-Cola HBC Italia producono, per litro di bevanda a marchio The Coca-Cola Company e per litro di acqua minerale. Questa analisi consente di identificare eventuali scostamenti, per i quali l'azienda esegue opportuni approfondimenti e a cui fa seguire un piano di azioni correttive, ove necessario.

In tale senso, è stato sviluppato un piano per ridurre entro il 2020 le emissioni di CO₂ per litro di bevanda di oltre il 40% e l'utilizzo di acqua per litro di bevanda del 20% in relazione ai valori del 2014.

Analizzando gli indicatori sintetici per Litro di Bevanda Prodotto (lbp), nel 2016 in Coca-Cola HBC Italia, a fronte di una contrazione del 2,2% della produzione di soft drink rispetto al 2015, si assiste ad una riduzione dei consumi energetici e ad un aumento dei rifiuti generati.

BEVANDE PRODOTTE DA COCA-COLA HBC ITALIA

PRESTAZIONI AMBIENTALI	2014	2015	2016
CONSUMI ENERGETICI (MJ/lpb) ¹	0,391	0,407	0,377
EMISSIONI DI CO ₂ (g/lpb) ²	5,81	5,73	5,59
RIFIUTI (g/lpb) ³	10,30	9,95	10,17

Nel caso di Fonti del Vulture, nel 2016 a fronte di un calo della produzione pari al 6,3% legata alla cessione dello stabilimento di Monticchio (PZ), è presente un lieve aumento dei consumi energetici unitari e così anche dei rifiuti generati per litro di acqua imbottigliata.

ACQUA MINERALE FONTI DEL VULTURE

PRESTAZIONI AMBIENTALI	2014	2015	2016
CONSUMI ENERGETICI (MJ/lpb)	0,152	0,156	0,158
EMISSIONI DI CO ₂ (g/lpb)	0,37	0,34	0,38
RIFIUTI (g/lpb)	1,26	1,58	2,85

Nonostante il crescente consumo di energia per litro di bibita, l'impegno profuso viene confermato dal primato raggiunto dallo stabilimento di Rionero in Vulture all'interno del Gruppo Coca-Cola HBC, che ha registrato nel 2016 consumi di energia per litro di acqua imbottigliata pari a 0,155 MJ/lbp, posizionandosi come lo stabilimento più performante del Gruppo in questo settore.



1. Il rapporto è calcolato considerando la sola energia consumata all'interno dell'organizzazione, sia per la produzione di soft drink che per le acque minerali.
2. Il valore non è da riferirsi alla più generale Carbon Emission, che tiene conto sia dello SCOPE1 and SCOPE 2 del Dow Jones Sust Index. Quest'ultimo infatti comprende anche gli impatti del fleet management e della CO₂ associata al consumo di energia elettrica, mentre il dato qui riportato si riferisce alla CO₂ associata al solo consumo di gas naturale.
3. Il rapporto è calcolato considerando tutti i rifiuti usciti con formulario.

La nuova linea per la produzione di lattine a Nogara

Nel corso del 2016, Coca-Cola HBC Italia ha sostenuto un importante investimento per installare una nuova riempitrice e aggraffatrice nella linea di produzione di lattine di Nogara. La nuova apparecchiatura è andata a sostituire una macchina del 1978 che non consentiva più di garantire gli elevati standard qualitativi fissati dall'azienda e che, a causa della bassa automazione, richiedeva consumi energetici rilevanti (in particolare per garantire i 3 °C di temperatura di riempimento). La nuova linea produttiva, più efficiente e performante dal punto di vista ambientale, è al contempo in grado di produrre nuovi formati e di migliorare gli standard di sicurezza alimentare. I benefici ambientali - oltre che economici - prodotti da questa importante innovazione sono dunque molteplici.

- 1. Riduzione di energia consumata.** L'innovazione tecnologica introdotta permette lo spegnimento dei compressori, altamente energivori, che in passato erano dedicati al funzionamento di quest'apparecchiatura.
- 2. Riduzione dei rifiuti:** la nuova macchina, a differenza della precedente, è dotata di sistemi di lubrificazione a recupero, garantendo dunque consumi minori di oli e grassi. In questo modo sono ridotti significativamente gli scarti per prodotto difettoso.
- 3. Riduzione della quantità di materie prime utilizzate:** con il nuovo sistema di aggraffatura sono stati introdotti tappi che consentono un risparmio di alluminio e sono state migliorate le rese di zucchero e concentrato.

Behaviour energy excellence: il caso Nogara e l'avvio del progetto BEE

Nel corso del 2016, all'interno dello stabilimento di Nogara, Coca-Cola HBC Italia ha avviato il primo dei progetti per la riduzione del consumo energetico. Il progetto fa parte del più ampio piano di miglioramento ambientale denominato BEE - Behavioural Environment Excellence, finalizzato alla riduzione di tutti gli impatti generati nel ciclo produttivo dell'azienda, dunque alla riduzione dei consumi energetici e di acqua e al miglioramento della gestione dei rifiuti prodotti. Il progetto di Nogara, secondo una metodologia che verrà impiegata anche per gli sviluppi successivi e sugli altri stabilimenti, è stato realizzato a partire da un'approfondita e innovativa modalità di raccolta e analisi dei dati, nonché attraverso numerosi momenti di coinvolgimento del personale dello stabilimento, intervistato - a tutti i livelli dell'organizzazione - al fine di comprenderne la percezione di partenza nonché le opportunità e le proposte di miglioramento future.

Gli ambiti di miglioramento energetico raggiunti nel 2016 a Nogara sono riassumibili in dieci punti.

- 1. Sostituzione del ventilatore della linea di produzione con un risparmio di 400 MWh/anno.**
- 2. Riduzione del valore della pressione nell'impianto a 1.350 MWh/anno.**
- 3. Sostituzione dell'impianto di riempimento, con la conseguente riduzione della richiesta di acqua refrigerata, la riduzione del vapore necessario e l'aumento del coefficiente di prestazione del refrigeratore, con un complessivo risparmio elettrico di 1.400 MWh/anno.**
- 4. La sostituzione del sistema di controllo dei compressori.**
- 5. Gestione e conseguente riparazione delle perdite di aria compressa, con risparmio di 525 MWh / anno.**
- 6. Installazione di LED per un risparmio pari a 165 MWh/anno.**
- 7. L'installazione di valvole aggiuntive per una migliore gestione del vapore, con la conseguente riduzione di consumo di elettricità (per 200 MWh/anno) e di energia termica (per 1.500 MWh/anno) impiegate.**
- 8. Ottimizzazione dell'impianto di recupero condensa per sala Sciroppo e linea vetro con riduzione di 1.130 MWh/anno.**
- 9. L'installazione di uno scambiatore di calore per ottimizzare il processo di dissoluzione dello zucchero e un risparmio elettrico di 370 MWh/anno e di energia termica per 990 MWh / anno.**
- 10. Sostituzione di una caldaia per aumentare l'efficienza complessiva, con un risparmio di circa 3.000 MWh/anno.**



La gestione delle risorse

La gestione ambientale delle attività produttive si traduce per Coca-Cola HBC Italia in obiettivi concreti volti alla corretta gestione delle risorse maggiormente utilizzate, in particolare:

- la corretta gestione delle materie prime impiegate nella produzione;
- la garanzia della risorsa idrica, mediante la riduzione dei prelievi e il trattamento delle acque reflue;
- la sostenibilità del packaging;
- la riduzione dei consumi energetici.

L'impiego delle materie prime

Coca-Cola HBC Italia controlla i propri processi per monitorare costantemente l'utilizzo delle materie prime e ausiliarie in modo dettagliato a livello di ciascun stabilimento produttivo.

Il sistema consente inoltre di identificare degli obiettivi di performance per singolo stabilimento e di poterli analizzare con una frequenza mensile, anche in termini di scarto prodotto e relativo impatto ambientale. In linea con il calo dei volumi di produzione, nel 2016 la quantità delle materie prime utilizzate per la produzione di bevande a marchio The Coca-Cola Company è in leggera contrazione rispetto al 2015.



INGREDIENTI UTILIZZATI PER LA PRODUZIONE DI BEVANDE (t)

INGREDIENTE	2014	2015	2016
ZUCCHERO E ALTRI DOLCIFICANTI	104.083	107.531	104.290
CONCENTRATO	7.898	8.432	7.738
CO ₂ ALIMENTARE	17.207	17.494	15.837

A dimostrazione dell'attenzione verso la qualità e la sostenibilità delle materie prime utilizzate, occorre considerare che l'impianto di cogenerazione di Nogara è in grado di recuperare la CO₂ emessa dall'impianto stesso e purificarla oltre il 99,9% rendendola utilizzabile ad uso alimentare nel ciclo di produzione di tutte le bevande prodotte nell'impianto di Nogara.

La gestione idrica

Per Coca-Cola HBC Italia l'acqua è l'ingrediente primario per il processo di produzione nonché fonte necessaria per le attività produttive. L'azienda è consapevole dell'importanza di un utilizzo responsabile della risorsa idrica e si impegna a limitare il proprio impatto sui bacini idrografici nel rispetto delle comunità in cui opera.

L'azienda ha definito per il quinquennio 2016-2020 un piano di miglioramento sull'impiego dell'acqua, in cui i consumi idrici vengono monitorati dettagliatamente per le diverse fasi del processo produttivo e si introduce un nuovo approccio di monetizzazione dell'impatto ambientale, il quale stima il costo reale dell'acqua (comprensivo della attività di trattamento, manutenzione, ecc.) nella valutazione degli investimenti. A tal fine, dal 2016, è stato creato un gruppo di lavoro interfunzionale, dedicato alla riduzione dei consumi di acqua, con l'obiettivo di individuare le migliori politiche di adeguamento del ciclo produttivo agli obiettivi del Piano 2016-2020, mantenendo gli elevati standard qualitativi del prodotto finale. Il gruppo di lavoro è stato dunque impegnato, nel corso del 2016, in attività di ricerca diretta alla individuazione delle metodologie e tecniche per generare la riduzione dei costi e il massimo recupero della risorsa idrica: gli esiti di questa attività di ricerca saranno misurati a partire dal 2017.

L'impegno di Coca-Cola HBC Italia alla migliore gestione idrica è anche evidenziato dall'ottenimento della certificazione secondo lo standard europeo "European Water Stewardship" (EWS), già conseguita dal 2015 dagli stabilimenti di Nogara e Rionero in Vulture (gold level) e in fase di ottenimento entro il 2017 anche per Oricola e nel 2018 per Marcanise.

Lo Standard EWS prevede una valutazione di tutti i potenziali impatti ambientali e socio-economici derivanti non solo dai propri processi industriali ma anche da eventuali attività circostanti, che potrebbero influenzare lo stato qualitativo dell'ambiente.

L'acquisizione della certificazione secondo lo standard europeo EWS ha aggiunto ulteriore qualità alle attività e ai prodotti dell'azienda, già in possesso della Certificazione secondo lo Standard UNI EN 14001 (Certificazione Ambientale). Il rilascio di detta certificazione è stato subordinato allo svolgimento di rigorose procedure di analisi e valutazione degli aspetti ambientali: in particolare per la gestione delle acque, le verifiche sono state condotte sia su scala locale che di bacino idrografico/idrogeologico.

La certificazione EWS fa diretto riferimento alla Direttiva 2000/60/CE, attenendosi in particolare ai seguenti quattro principi:

1. Conseguire e mantenere l'estrazione idrica sostenibile in termini quantitativi;
2. Mantenere uno status dell'acqua elevato in termini qualitativi sia dal punto di vista chimico che microbiologico;
3. Ripristinare e preservare il ciclo dell'acqua nelle aree ad Alto Valore di Conservazione (HCV);
4. Ottenere una totale governance dell'acqua dal prelievo allo scarico.

ACQUA PRELEVATA - CONSUMI IDRICI (m3)

AZIENDA		2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	acqua utilizzata	2.074.673	2.079.706	2.008.089
FONTI DEL VULTURE	acqua utilizzata	548.783	556.225	515.772
	acqua non utilizzata	190.524	179.038	146.152
	TOTALE ACQUA PRELEVATA (utilizzata e non utilizzata)	739.307	735.263	661.924
TOTALE AZIENDA ACQUA UTILIZZATA		2.623.456	2.635.931	2.523.861
TOTALE AZIENDA ACQUA PRELEVATA		2.813.980	2.814.969	2.670.013

Nel caso di Fonti del Vulture sono presenti due valori, il totale dell'acqua emunta e la sola acqua utilizzata nel processo d'imbottigliamento. Dovendo infatti garantire il rispetto dei parametri chimico-fisici riportati in etichetta, è necessario che l'estrazione dalle falde sotterranee avvenga in via continuativa: ogni fermata degli impianti di emungimento potrebbe causare modifiche di alcuni di questi parametri. Pertanto, quando lo stabilimento rallenta il processo produttivo di imbottigliamento, le pompe continuano a estrarre l'acqua, ma riducono la loro portata e incamerano l'acqua non utilizzata in un serbatoio di accumulo, che una volta riempito, la reimmette in falda tal quale senza alcuna modifica chimico-fisica-microbiologica. L'azienda del resto garantisce frequenti controlli qualitativi, in maniera tale da avere la certezza che questo stoccaggio temporaneo non modifichi le caratteristiche dell'acqua.

FONTI IDRICHE (m3) DELL'ACQUA UTILIZZATA

AZIENDA	FONTE	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	Acque sotterranee (pozzo, sorgenti)	1.899.605	1.869.744
	Acquedotti*	180.101	138.345
FONTI DEL VULTURE	Acque sotterranee (pozzo, sorgenti)	556.225	515.772
TOTALE AZIENDA		2.635.931	2.523.861

Le forniture idriche nel 2016 sono state assicurate per il 94,5% attraverso il prelievo da acque sotterranee e solo per il 5,5% da acquedotti comunali. Se si osserva l'indicatore di prestazione dei consumi di acqua unitari (lbp), nel 2016 il valore è pari a 1,81 litri per litro di bevanda prodotta a marchio The Coca-Cola Company e a 1,55 litri per litro di acqua minerale prodotta. Quest'ultimo valore si attesta, invece, a 1,99 litri per litro di acqua minerale prodotta, se si considera anche l'acqua non utilizzata. Tali risultati confermano un impegno di miglioramento e riduzione dell'utilizzo del bene idrico determinato dagli interventi di ottimizzazione del processo introdotti.

ACQUA PRELEVATA - CONSUMI IDRICI (l/lpb)⁴

AZIENDA		2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	acqua prelevata	1,86	1,84	1,81
FONTI DEL VULTURE	acqua utilizzata	1,60	1,56	1,55
	acqua prelevata	2,15	2,07	1,99

L'impegno profuso negli ultimi anni ha portato Coca-Cola HBC Italia a valori di eccellenza sul consumo idrico, grazie all'efficientamento degli impianti e ad un utilizzo più attento della risorsa idrica che ha ridotto il rapporto di acqua usata per litro di bevanda prodotta. Nel corso del 2016, gli stabilimenti hanno impiegato una quantità pari a 94.000 m3 di acqua riciclata, equivalente a circa il 5% dell'acqua emunta.

Nel 2016 gli scarichi idrici legati alle attività produttive di Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture sono stati pari a 1.069.162 m3, di

cui l'83% determinati dagli stabilimenti di produzione di soft drink.

Da giugno 2015 l'azienda, nello stabilimento di Nogara, ha avviato la pratica del riutilizzo di acque di processo

SCARICHI IDRICI (m3)⁵

AZIENDA	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	811.208	892.162
FONTI DEL VULTURE	200.618	177.000
TOTALE AZIENDA	1.011.826	1.069.162

⁴ L'indicatore di riferimento è il Water Usage Ratio (WUR) calcolato come acqua emunta/lt di bibita prodotti.

⁵ Si tratta di acque reflue industriali scaricate in fognatura o in corpo idrico superficiale, in uscita dall'impianto di depurazione da lettura da contatore (ove presente).

(80 metri cubi/giorno di acqua di scarico) per il lavaggio delle macchine disidratatrici dei fanghi. Nel corso del 2015 dunque sono stati riutilizzati complessivamente 14.400 m3 d'acque e 15.600 m3 nel 2016, riducendo in questo modo il consumo complessivo di acqua. Durante l'anno in esame, non si sono registrate significative penalità a titolo di sanzioni e ammende per inadempienze a obblighi in materia ambientale (solo un provvedimento di modico importo nello stabilimento di Oricola).



La sostenibilità del packaging

Coca-Cola HBC Italia è impegnata nella ricerca di formati e materiali in grado di ottimizzare e ridurre l'impatto ambientale del packaging dei propri prodotti, sia durante il processo produttivo sia dopo l'utilizzo da parte dei consumatori. Per questo lavora su cinque aree di intervento:

- ridurre ed ottimizzare il peso e il volume degli imballaggi;
- ottimizzare la palettizzazione;
- utilizzare, ove tecnicamente possibile, materiali riciclati per le proprie confezioni e contenitori di bevande riciclabili;
- incoraggiare i consumatori a smaltire correttamente i pack dopo il consumo dei propri prodotti, sensibilizzando alla raccolta differenziata dei materiali da imballaggio e dissuadendo dalla pratica di abbandono dei rifiuti;
- supportare iniziative e stimolare soluzioni innovative di imballaggio a ciclo chiuso eque.

Coca-Cola HBC Italia ha utilizzato oltre 83.000 tonnellate di diversi materiali per gli imballaggi dei prodotti venduti nel 2016.

In un contesto dove il tema dei rifiuti e del loro smaltimento tende a diventare sempre più critico, l'attenzione a come viene progettato, prodotto e gestito il packaging dopo essere stato utilizzato ha rilevanti impatti sia sull'azienda, che deve contemperare esigenze di sicurezza alimentare, di marketing ed economiche, sia sull'ambiente.

PRINCIPALI MATERIALI IMPIEGATI (t)

MATERIALE	AZIENDA	2014	2015	2016
VETRO	COCA-COLA HBC ITALIA	11.508	24.972	29.721
	FONTI DEL VULTURE	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	11.508	24.972	29.721
PET	COCA-COLA HBC ITALIA	22.153	23.227	23.241
	FONTI DEL VULTURE	5.513	6.372	6.399
	TOTALE AZIENDA	27.666	29.599	29.640
ALLUMINIO	COCA-COLA HBC ITALIA	11.557	11.563	10.208
	FONTI DEL VULTURE	0	0	0
	TOTALE AZIENDA	11.557	11.563	10.208
FILM IN PE	COCA-COLA HBC ITALIA	3.895	4.587	3.926
	FONTI DEL VULTURE	662	909	953
	TOTALE AZIENDA	4.557	5.495	4.878
CARTONE	COCA-COLA HBC ITALIA	3.886	4.158	4.344
	FONTI DEL VULTURE	780	719	804
	TOTALE AZIENDA	4.666	4.877	5.149
ETICHETTE IN PLASTICA	COCA-COLA HBC ITALIA	478	495	493
	FONTI DEL VULTURE	148	201	204
	TOTALE AZIENDA	626	696	642
ETICHETTE IN CARTONE	COCA-COLA HBC ITALIA	30	73	118
	FONTI DEL VULTURE	45	54	201
	TOTALE AZIENDA	75	127	319
TAPPI IN PLASTICA	COCA-COLA HBC ITALIA	1.860	2.410	2.363
	FONTI DEL VULTURE	454	449	477
	TOTALE AZIENDA	2.314	2.859	2.840
TOTALE MATERIALI USATI	COCA-COLA HBC ITALIA	55.366	71.484	74.360
	FONTI DEL VULTURE	7.602	8.704	9.037
	TOTALE AZIENDA	62.968	80.188	83.397

Il premio CONAI

Coca-Cola HBC Italia continua a innovare i suoi packaging al fine di ridurre il loro impatto ambientale e anche nel 2016 è stata premiata da CONAI, il Consorzio Nazionale Imballaggi, tra i vincitori del "Bando CONAI per la prevenzione - Valorizzare la sostenibilità ambientale degli imballaggi", che premia le soluzioni di packaging più innovative e ecosostenibili immesse sul mercato.

L'intervento riguarda la capsula della bottiglia di Coca-Cola da 0,5 litri utilizzata in tutti i siti produttivi, che a partire dal 2015 ha subito una riduzione del suo peso pari al 27%.

La nuova capsula ha inoltre consentito un'ottimizzazione logistica, grazie al minor numero di contenitori di tappi da trasportare (-14,7%).



La gestione dell'energia

Coca-Cola HBC Italia è impegnata a ridurre al minimo il consumo energetico e l'impatto totale delle emissioni. La lotta al cambiamento climatico passa anche attraverso il dialogo con i fornitori al fine di minimizzare le emissioni di CO₂ di tutta la filiera produttiva, dalla produzione di materie prime fino alla gestione delle apparecchiature di raffreddamento sul mercato.

Nel 2016 è proseguita l'attività di ottimizzazione dei consumi energetici con progetti specifici nei diversi siti ed è stato lanciato, analogamente all'acqua, un piano di miglioramento per il quinquennio 2016-2020 che impegnerà il team di Engineering, Manufacturing & Sustainability nella ricerca di soluzioni tecniche innovative.

L'energia utilizzata viene tracciata per ogni sorgente indipendentemente che sia elettrica, termica o da carburanti.

Per armonizzare il monitoraggio, essendo tecnologie diverse, si utilizza l'indicatore comune MJ consumati/litro di bibita prodotti, uno dei più importanti per i plant.

INTENSITÀ ENERGETICA (MJ/lbp)

CONSUMI ENERGETICI	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	0,391	0,407	0,377
FONTI DEL VULTURE	0,152	0,156	0,158
TOTALE AZIENDA	0,335	0,347	0,326

A dimostrazione del forte impegno nello sviluppo ed implementazione di fonti energetiche rinnovabili e assimilate, sono stati introdotti impianti fotovoltaici negli stabilimenti di Nogara, Oricola e Marcanise. Inoltre, l'azienda ha scelto di introdurre il servizio di cogenerazione industriale nei 3 stabilimenti di produzione di soft drink: nel corso del 2016 infatti è stato inaugurato l'impianto nello stabilimento di Marcanise (CE). In questo modo si permette la riduzione dei costi di fornitura e delle emissioni in atmosfera, incrementando l'efficienza energetica e risparmiando energia primaria.

Nel 2016 il consumo totale di energia è stato pari a 471.106.890 MJ. Di seguito sono rappresentati i consumi suddivisi tra fonti rinnovabili e non rinnovabili.



Gli impianti di cogenerazione sono sistemi che consentono contemporaneamente di produrre diverse tipologie di energia da un'unica fonte primaria (metano). In particolare, gli stabilimenti di Coca-Cola HBC Italia di Oricola e Marcanise hanno impianti di trigenerazione, ovvero sistemi in grado di produrre congiuntamente energia elettrica, termica e frigorifera. L'impianto di Nogara è invece un impianto di quadrigenerazione, capace di produrre oltre alle energie precedenti anche CO₂ alimentare.

L'azienda acquista energia elettrica pulita, ovvero proveniente da fonti di energia totalmente rinnovabili ed è certificata dalla Garanzia di Origine (GO). Quest'ultima è una certificazione che attesta l'origine rinnovabile dell'energia prodotta da impianti qualificati. 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.

CONSUMI ENERGETICI (MJ) PER TIPOLOGIA DI FONTE ENERGIA DA FONTI NON RINNOVABILI

ENERGIA ELETTRICA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	225.233.968,7	188.770.785,1	169.684.930,8
FONTI DEL VULTURE	49.211.852,8	0,0	0,0
TOTALE AZIENDA	274.445.821,4	188.770.785,1	169.684.930,8
ENERGIA TERMICA*	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	209.690.198,1	227.195.389,7	206.467.960,8
FONTI DEL VULTURE	3.134.633,8	2.558.855,7	2.355.744,2
TOTALE AZIENDA	212.824.831,9	229.754.245,4	208.823.704,9
OLIO COMBUSTIBILE**	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	18.810,2	44.070,0	155.220,0
FONTI DEL VULTURE	8.190,0	2.379,0	546,0
TOTALE AZIENDA	27.000,2	46.449,0	155.766,0
TOTALE AZIENDA FONTE NON RINNOVABILE	487.297.653,6	418.571.479,5	378.664.401,7

ENERGIA DA FONTE RINNOVABILE

ENERGIA ELETTRICA PRELEVATA DA RETE RINNOVABILE AL 100%	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	0	44.776.555,9	42.129.156,2
FONTI DEL VULTURE	0	52.893.504,0	50.313.332,9
TOTALE AZIENDA FONTE RINNOVABILE	0	97.670.059,9	92.442.489,1
TOTALE ENERGIA IMPIEGATA	487.297.653,60	516.241.539,40	471.106.890,80

*Il consumo di energia termica tiene conto specificatamente di metano, frigoriferie, vapore, acqua calda e olio pesante.

**Il consumo di olio combustibile prevede solo l'olio leggero



CONSUMO DI ENERGIA PER DESTINAZIONE D'USO (MJ)

IMPIEGO	2014	2015	2016
CONSUMO DI ENERGIA PER L'ELETTRICITÀ	274.445.821,44	286.440.845,76	262.127.419,92
CONSUMO DI ENERGIA TERMICA PER IL RISCALDAMENTO, RAFFREDDAMENTO E VAPORE	212.824.831,90	22.9754.245,39	208.823.704,93
CONSUMO ENERGIA PER GRUPPI DI CONTINUITÀ	27.000,00	46.449,00	155.766,00
TOTALE ENERGIA IMPIEGATA	487.297.653,34	516.241.540,15	471.106.890,86

La gestione dei rifiuti

Coca-Cola HBC Italia intende minimizzare ogni impatto ambientale connesso ai suoi prodotti/servizi, considerando l'intero ciclo di vita (Life Cycle Perspective) ed ogni rischio per la salute e la sicurezza dei propri lavoratori, del personale che opera presso le proprie sedi e dei visitatori che accedono ai propri ambienti di lavoro.

Il rispetto dei principi sopra citati è garantito in particolare dal raggiungimento e dal mantenimento delle certificazioni di:

- **Qualità, secondo la norma UNI EN ISO 9001 - Sicurezza ed Igiene Alimentare, secondo le norme UNI EN ISO 22000 e FSSC 22000;**
- **Sicurezza e Tutela della Salute, secondo la norma OHSAS 18001 - Ambiente, secondo la norma UNI EN ISO 14001.**

Un indicatore attentamente monitorato è dunque la produzione di rifiuti solidi, la cui gestione è di fondamentale importanza per uno sviluppo sostenibile del business. Il totale dei rifiuti prodotti nel 2016 si attesta a 12.247 tonnellate.

Tra i rifiuti non pericolosi prodotti rientrano i rifiuti da imballaggio, quali carta, cartone, plastica e vetro, che vengono avviati a recupero nella maggior parte degli stabilimenti.

RIFIUTI PRODOTTI (t)

CLASSIFICAZIONE	AZIENDA	2014	2015	2016
RIFIUTI PERICOLOSI PRODOTTI	COCA-COLA HBC ITALIA	38	34	38,05
	FONTI DEL VULTURE	4	0,63	1,81
	TOTALE AZIENDA	42	34	39,86
RIFIUTI NON PERICOLOSI PRODOTTI	COCA-COLA HBC ITALIA	11.421	11.235	11.260,69
	FONTI DEL VULTURE	430	563	947,17
	TOTALE AZIENDA	11.851	11.798	12.207,86
RIFIUTI TOTALI PRODOTTI	COCA-COLA HBC ITALIA	11.459	11.268	11.298,74
	FONTI DEL VULTURE	434	564	948,98
	TOTALE AZIENDA	11.893	11.832	12.247,72

La quantità di rifiuti pericolosi prodotti è invece aumentata, da 34 a 39,8 tonnellate, ma ciononostante la percentuale di rifiuti non pericolosi sul totale rifiuti rimane invariata (oltre il 99%).

Quando si parla di rifiuto pericoloso occorre evidenziare che, nella maggior parte dei casi, non lo è per l'ambiente ma è classificato in tal modo dalla normativa in quanto pericoloso per chi lo deve gestire lungo il suo ciclo di vita (produzione/stoccaggio/trasporto/smaltimento).

Nel caso di Coca-Cola HBC Italia con rifiuto pericoloso si intende prevalentemente rifiuto che non viene differenziato e riciclato per impossibilità insita nel ciclo produttivo (es. rifiuti solidi urbani prodotti nei siti, panni unti di olio, filtri ecc.) e che è pertanto destinato a discarica; il livello di questa tipologia di rifiuto è dato dall'indicatore "waste to landfill" che nel 2016 ha visto l'azienda ottenere importanti risultati. Per quanto riguarda infatti la gestione dei rifiuti nel 2016 si è ridotto di oltre l'80% il volume dei rifiuti che vanno in discarica, a fronte di un aumento della quota di rifiuti riciclati, che sfiora il 99%.

RIFIUTI RICICLATI (%)

AZIENDA	2014	2015	2016
COCA-COLA HBC ITALIA	97,81%	88,82%	98,35%
FONTI DEL VULTURE	99,38%	99,00%	99,33%
TOTALE AZIENDA	98,00%	89,30%	98,43%

Sull'impegno diretto alla massimizzazione del riciclo nella gestione dei rifiuti, Coca-Cola HBC Italia è impegnata da tempo nella ricerca delle migliori soluzioni presenti sul mercato (in termini di fornitori, tecnologie ed organizzazione), sostenendo anche gli elevati costi necessari per ottenere un alto livello di output. L'azienda si è spinta sino al punto di aver ricompreso nel Piano per il 2020 l'obiettivo "zero landfill" (zero discarica): ciò sarà possibile tramite l'attivazione di tutti i processi di reimpiego quali la termovalorizzazione, il compostaggio, il recupero, la rilavorazione.



Le emissioni

Coca-Cola HBC Italia è consapevole degli effetti determinati dalle emissioni a effetto serra e di come una politica energetica orientata alla ricerca dell'efficienza possa mitigarle.



In considerazione della strategia Europa 2020, l'azienda ha adottato un nuovo approccio al tema, testimoniato dagli obiettivi di miglioramento posti per il 2016 e dalla continua ricerca di innovazione tecnologica e organizzativa a minor impatto ambientale, al fine di ridurre le emissioni.

L'impegno di Coca-Cola HBC Italia nel rinnovamento delle tecnologie delle frigoriferi è legato alla riduzione degli idrofluorocarburi (HFC), gas ad elevate emissioni di carbonio, che contribuiscono al riscaldamento globale.

L'acquisto di nuove attrezzature senza idrofluorocarburi quali refrigeranti CO₂, che evitano il 99% delle emissioni dirette, e refrigeranti idrocarburi (HC) è un primo passo per il raggiungimento di tale obiettivo.

Altro ambito di intervento riguarda la selezione dei fornitori e la loro sensibilizzazione. Il "Capitolato di fornitura del trasporto primario" è il documento, parte integrante del contratto di trasporto, che ogni fornitore ha l'obbligo di rispettare di cui rilevante è la richiesta all'utilizzo di veicoli che rispettino almeno gli standard EURO IV (insieme di standard sulle emissioni, che si applica ai nuovi veicoli stradali venduti nell'Unione Europea a partire dal 2006, nell'ambito della politica di riduzione dell'inquinamento atmosferico).

La sensibilità al tema si riflette, inoltre, nelle valutazioni funzionali alla scelta dei fornitori sulle fonti di energia impiegate e sui piani adottati in materia di consumi energetici. Dopo aver individuato i confini organizzativi, l'azienda ha determinato i confini operativi, identificando i consumi di energia e le emissioni associate alle proprie operazioni e definendole come dirette e indirette. Al fine di permettere l'opportuna trasparenza nella rendicontazione, sono definiti tre ambiti:



La tabella che segue presenta il trend dell'ultimo triennio.

EMISSIONE DI CO₂ (t)

SCOPE	2014	2015	2016
SCOPE 1	28.937	28.537	20.533
CO ₂ DA IMPIANTI DI IMBOTTIGLIAMENTO (COMBUSTIBILI FOSSILI)	10.947	11.624	5.745
CDE - LIQUIDI REFRIGERANTI FRIGOVETRINE	6.991	6.207	5.857
CDE - LIQUIDI REFRIGERANTI FRIGOVETRINE	1.407	1.199	840
PERDITE DI CO ₂ (DURANTE LA PRODUZIONE)	9.424	9.391	8.042
CO ₂ - CONSUMO DI COMBUSTIBILE COLLEGATO AL PROCESSO PRODUTTIVO	168	116	49
SCOPE 2	28.640	18.449	17.743
CO ₂ DA ELETRICITA' ACQUISTATA	18.018	7.993	6.730
CO ₂ EMessa DA ALTRE FONTI DI ENERGIA (VAPORE, ACQUA CALDA E IMPIANTI DI RAFFREDDAMENTO)	9.885	10.048	11.013
MB - CO ₂ DERIVATA DA ELETRICITA' NON LEGATA AL PROCESSO DI PRODUZIONE	737	408	0
SCOPE 3	449.431	411.568	370.111
CO ₂ NEL PRODOTTO	7.932	8.104	7.795
CO ₂ EMessa DA CONSUMO ELETRICE DELLE FRIGOVETRINE	174.622	125.041	96.797
CO ₂ EMessa DA FLOTTA NON DI PROPRIETA' (COMBUSTIBILI)	22.357	22.698	17.929
CO ₂ EMessa DAL PACKAGING PRIMARIO (A CONTATTO COL PRODOTTO)	177.074	185.175	180.434
CO ₂ EMessa DAL PACKAGING SECONDARIO (NON A CONTATTO COL PRODOTTO)	14.506	16.811	15.578
CO ₂ DA ZUCCHERO E DOLCIFICANTI	52.940	53.740	51.578



-18,5%
di emissioni di CO2

IMPATTO PRODOTTO DALLA FLOTTA AZIENDALE 2016

TIPO CARBURANTE	NUMERO AUTO	KM PERCORSI	CONSUMI IN LITRI
DIESEL	1.156	37.852.216	2.128.621
BENZINA	36	909.893	51.435
TOTALE	1.192	38.762.109	2.180.056

Per il 2016 la flotta aziendale di 1.192 auto ha prodotto emissioni pari a 5.857 tonnellate di CO₂, in riduzione rispetto all'esercizio precedente. Tale riduzione è sostanzialmente legata all'effetto del cambio del parco auto. Sono stati infatti inseriti nuovi modelli che hanno prodotto una riduzione di CO₂ pari a quasi il 15%.

L'azienda considera il livello di emissioni di CO₂ quale primo driver nella scelta delle auto da inserire in flotta, senza invece considerare la potenza delle auto stesse (sono infatti stati chiaramente definiti i limiti di CO₂ ammessi per la scelta delle nuove auto).

Relativamente alle auto elettriche, Coca-Cola HBC Italia ha in corso un test con vetture ibride nei centri città: in base agli esiti di questi test si potrà decidere l'eventuale e graduale inserimento di questa tipologia di vettura nel parco auto aziendale.

L'efficienza logistica

Essenziale per l'attività di Coca-Cola HBC Italia è lo stoccaggio e la distribuzione dei prodotti: notevoli sono dunque gli sforzi in tema di innovazione logistica, ottimizzazione delle reti di distribuzione e degli itinerari, garantendo sempre alti standard qualitativi del servizio di consegna del prodotto ai clienti. La rete produttiva e distributiva è stata ridisegnata nel corso degli ultimi anni per far fronte alle modifiche avvenute sul mercato di riferimento, sia in termini di localizzazione dei clienti sia per seguire le strategie del reparto commerciale, con benefici tangibili sulla diminuzione dei km percorsi dai mezzi di trasporto.

Negli ultimi anni è stata intrapresa una rivalutazione della base di fornitura, privilegiando partner in grado di accorpate sia lo stoccaggio dei prodotti che la consegna degli ordini, ottimizzando percorrenze e carichi. In ottica di riduzione dell'impatto ambientale l'azienda ha inoltre implementato una strategia che privilegia il trasporto ferroviario rispetto a quello su gomma, in particolar modo sulle acque minerali data la localizzazione dei siti produttivi. Nel corso del 2016 le spedizioni gestite dal treno sui percorsi intermodali sono state 1.486, coprendo una distanza da inizio anno di 1.082.281 km, con un risparmio totale di 90.945 euro e 859.993 chilogrammi di CO₂ evitate.

Zero Emissions Distribution (ZED) è un modello logistico a emissioni zero (CO₂) sviluppato dalla Mancinelli Due SRL, con bilancio energetico in pareggio e con prospettive di risparmio economico e costi gestionali allineati verso il "modello logistico

Coca-Cola HBC Italia nel 2016 ha prodotto una riduzione del 18,5% delle carbon emission/lt di bevanda (SCOPE 1+2), con un elevato contributo nella riduzione della CO₂ a livello di Gruppo ed accelerando il processo di raggiungimento degli obiettivi 2020.

A fronte di questo eccezionale risultato, l'azienda ha deciso di diminuire ulteriormente gli obiettivi di riduzione precedentemente fissati di un ulteriore 11% entro il 2020.

Nello specifico delle emissioni prodotte dalla flotta aziendale, occorre considerare che l'azienda per le proprie esigenze commerciali ha una importante flotta auto al servizio dell'Area Sales.



tradizionale", concepito principalmente per servire bevande ma anche generi vari, nelle Zone a Traffico Limitato di Roma. I veicoli elettrici impiegati hanno un'autonomia di 140 km, superano pendenze fino al 21% e possono consegnare anche 2 volte al giorno, partendo da un magazzino situato a 12 km dal centro di Roma.

Nel 2016, utilizzando i 5 veicoli elettrici, sono state effettuate più di 18.000 consegne e percorsi circa 70.000 km con un abbattimento di emissioni di CO₂ pari a oltre 15.000 kg.

Da ZED a ZED&L

Per il 2017, il progetto ha cambiato denominazione e si è trasformato da ZED a ZED&L (L per Logistics) grazie ad una partnership con altre due Società che operano nel settore dei trasporti e della logistica, Laziale Distribuzione e Traser.

L'obiettivo principale è quello di aumentare sensibilmente (in un triennio) il numero delle spedizioni giornaliere distribuite in modalità elettrica, fino a 1.000 spedizioni al giorno, anche mediante l'utilizzo di nuovi veicoli prodotti dalla cinese BYD. Saranno inoltre installati nel magazzino di Roma 400 mq di pannelli fotovoltaici che svilupperanno 30 KW per alimentare batterie di accumulo necessarie a ricaricare i pacchi batteria dei veicoli elettrici e contestualmente sarà avviato un progetto con l'Università di Cassino e del Lazio Meridionale per dare una seconda vita alle celle delle batterie una volta esaurite.



Logistica a spreco zero

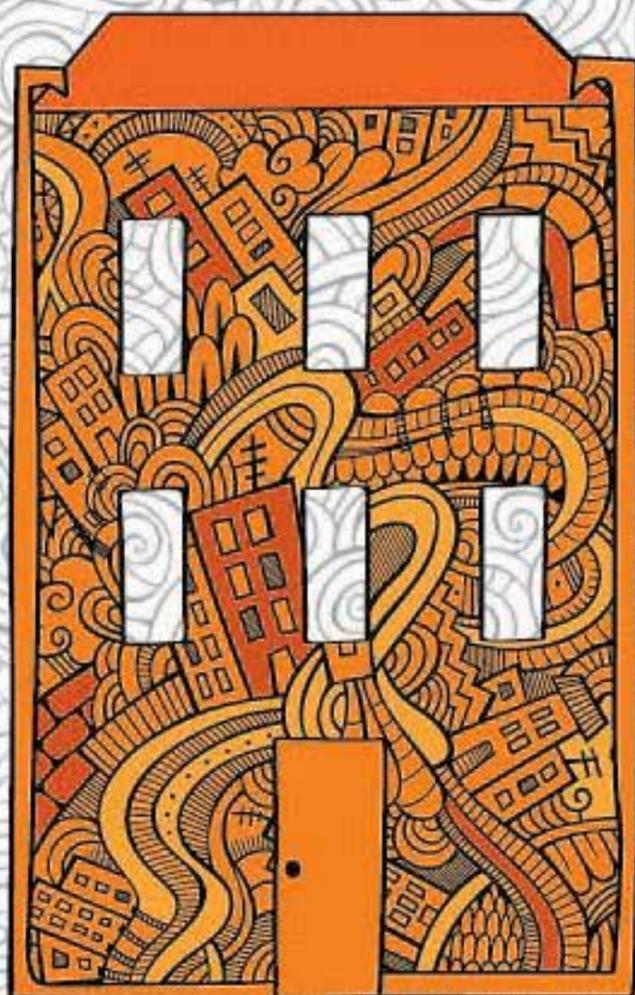
Pallet robusti sono spediti fino al punto vendita senza manipolazioni lungo la filiera: questa soluzione "one-touch" ha permesso a Coca-Cola HBC Italia di diminuire il danno al prodotto del 65% e del 83% con riferimento alle sole lattine. In particolare, i pallet 80x60 permettono una migliore visibilità del prodotto nel punto vendita migliorando di conseguenza le rotazioni e riducendo la probabilità che il prodotto vada in scadenza. Sono inoltre impiegati i cosiddetti "full pallet" ovvero i pallet 80x120 che sono pallet a rendere, dunque sono riutilizzabili più volte con conseguente riduzione degli impatti ambientali legati allo smaltimento.

La soluzione CHEP è sostenibile sin dall'origine dal momento che il legno dei pallet proviene da foreste controllate ed è certificato da FSC (Forest Stewardship Council) e PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification schemes).

Tramite il modello LCA "Life Cycle Assessment" CHEP ha quantificato i benefici ambientali ottenuti da Coca-Cola HBC Italia nel 2016 utilizzando i pallet a noleggio: riduzione del 40% delle emissioni CO₂ pari a 112,88 tonnellate (SCOPE 3); risparmio di legno del 88% pari a 391,14 metri cubi; 90% in meno di rifiuti in discarica pari a 56,14 tonnellate.

Il modello utilizzato è la prima LCA sul pallet pooling in Italia a ricevere dal Ministero dell'Ambiente il logo del programma per la valutazione dell'impronta ambientale.





Comunità

L'impegno a creare valore

L'attenzione alle comunità locali è da sempre un valore fondamentale che Coca-Cola HBC Italia persegue nei territori in cui opera.

Per queste ragioni l'azienda è impegnata nel Paese sia con una presenza economica, in grado di creare nuove opportunità di sviluppo e di occupazione, sia con un ruolo sociale, ponendo attenzione ai bisogni delle comunità e facendosi promotrice di iniziative di valore condiviso.

Nel corso del 2016, Coca-Cola HBC Italia ha avviato una riflessione su una tematica con forte rilevanza sociale ovvero la disoccupazione giovanile; ne è derivato l'avvio di Youth Empowered, un progetto legato all'orientamento al lavoro, che è partito nel 2017 e si propone di supportare i ragazzi nella conoscenza delle proprie attitudini e nell'acquisizione di competenze professionali.

Al contempo, anche grazie a Fondazione Coca-Cola HBC Italia, l'azienda ha continuato a promuovere iniziative di carattere sociale, attraverso attività che producono ricadute positive sulle comunità locali e sul territorio.

L'impatto economico e occupazionale in Italia

Nel corso del 2016 è stato realizzato da SDA Bocconi School of Management uno studio, con l'obiettivo di comprendere e descrivere l'impatto economico prodotto, in termini di risorse generate e distribuite nonché di opportunità occupazionali (numero di dipendenti/occupati diretto ed indiretto), da Coca-Cola HBC Italia Srl, Fonti del Vulture Srl e Coca-Cola Italia Srl a livello nazionale e a livello regionale. Lo studio approfondisce anche il ruolo di Coca-Cola attraverso un benchmark di settore.

I risultati di questo studio pubblicato ad aprile 2017, insieme con quanto emerso da una specifica indagine condotta sul territorio campano in occasione della inaugurazione della centrale di cogenerazione dello stabilimento di Marcanise, avvenuta a giugno 2016, testimoniano il ruolo di primo piano giocato dall'azienda nel sistema economico nazionale, in termini di risorse e valore generato.

Le risorse economiche generate e distribuite

Tra le imprese appartenenti all'industria delle bibite analcoliche, delle acque minerali e di altre acque in bottiglia (gruppo che comprende 313 imprese) le risorse distribuite da Coca-Cola rappresentano il 32.5% delle risorse totali (pari a 2.852 milioni di euro). In termini di risorse complessive Coca-Cola si pone in prima posizione rispetto alle altre 313 imprese presenti. La prima posizione si conferma anche se si confronta Coca-Cola con le imprese appartenenti all'industria delle bevande (gruppo che comprende 2.135 imprese): le risorse distribuite da Coca-Cola rappresentano infatti il 7.1% delle risorse totali (pari a 13.001 milioni di euro).



Le risorse distribuite nel sistema economico italiano

813 milioni di euro
0,05% DEL PIL

La rilevazione circa l'impatto economico di Coca-Cola è stata condotta in termini di risorse economiche generate e distribuite all'interno del sistema economico italiano (sistema-Italia), distinguendo i tre principali attori in cui ogni sistema economico è tradizionalmente suddiviso (Famiglie - Imprese - Stato). Rispetto a questi tre attori si è analizzato l'impatto economico di Coca-Cola in termini di salari e stipendi erogati ai propri dipendenti (Famiglie); acquisti di beni e servizi ed investimenti di beni materiali (Imprese); imposte e contributi versati (Stato).

Dall'analisi emerge che Coca-Cola nel 2015 ha distribuito nel sistema-Italia risorse per 424 milioni di euro. Queste risorse sono così suddivise: 113 milioni di euro alle Famiglie, 275 milioni di euro alle Imprese e 16 milioni di euro allo Stato. Se a questi dati si aggiungono anche le imposte generate sui prodotti (IVA), si generano altri 389 milioni di euro destinati allo Stato. Le risorse complessive distribuite, diventano, quindi, pari a 813 milioni di euro (corrispondente allo 0,05% del PIL).

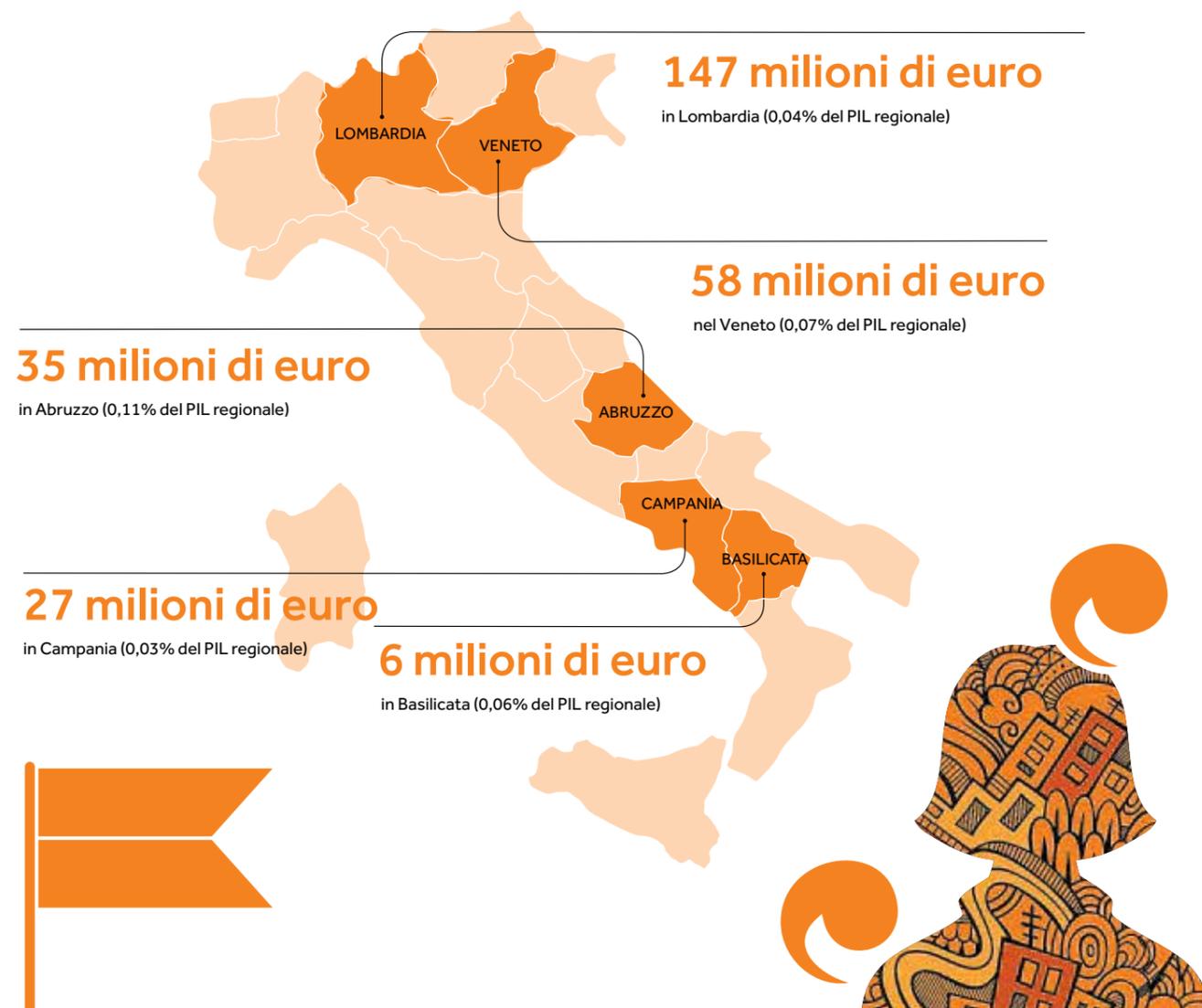
Da Coca-Cola

424 milioni di euro

Dalle imposte sui prodotti Coca-Cola

389 milioni di euro

L'indagine ha inoltre evidenziato l'impatto economico generato a livello regionale, illustrato nell'immagine seguente.



Sviluppo dell'occupazione sui territori di presenza

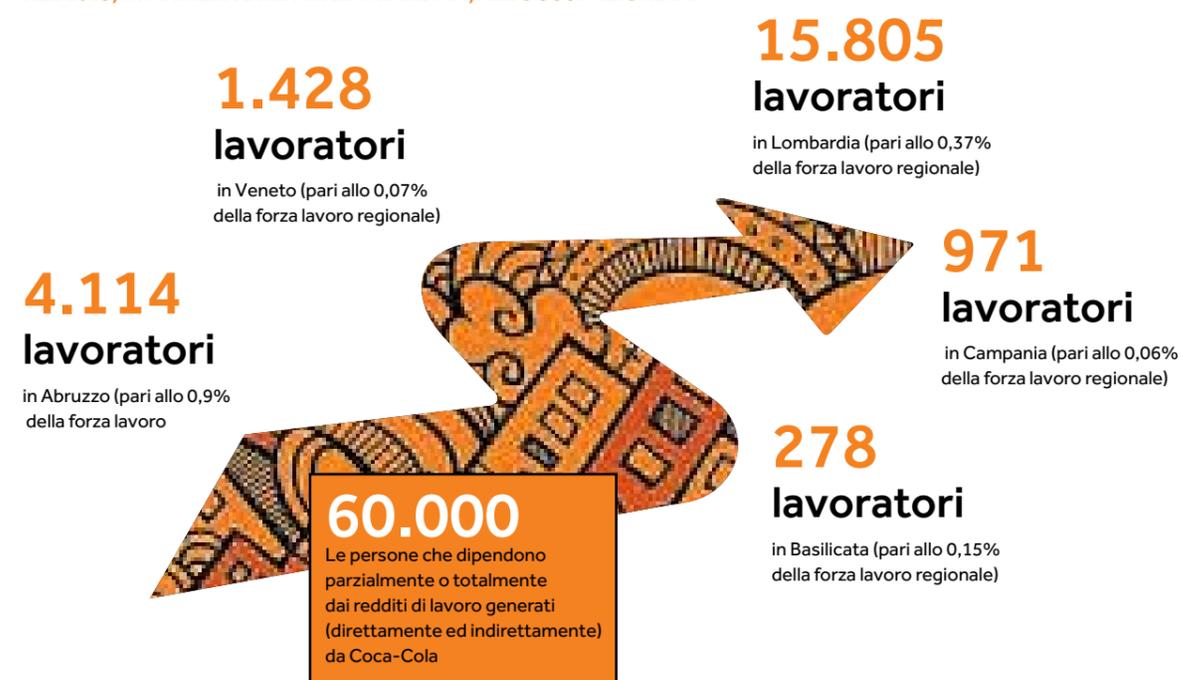
Lo studio SDA Bocconi School of Management evidenzia come la rilevazione dell'impatto occupazionale di Coca-Cola si distingue tra "impatto diretto", ossia riferito al numero di dipendenti/occupati presso gli stabilimenti e le sedi di Coca-Cola e "impatto indiretto", ossia riferito al numero di dipendenti/occupati riconducibili alle filiere in cui Coca-Cola opera. Con filiere si intendono sia i fornitori di primo livello, ovvero quelli con cui Coca-Cola intrattiene direttamente delle relazioni di scambio, sia i fornitori di secondo livello, rappresentati cioè dai "fornitori dei fornitori" (le cui attività sono in ogni caso influenzate dalle decisioni di acquisto di Coca-Cola attraverso la relazione che queste imprese hanno con i fornitori di primo livello).

Con riferimento all'impatto occupazionale si è distinto dipendenti e occupati totali (che include i lavoratori dipendenti, indipendenti, esterni e temporanei), pertanto nel 2015 Coca-Cola ha avuto un impatto occupazionale complessivo pari a:

- **19.520 lavoratori in termini di dipendenti, di cui 2.100 a livello diretto, 3.445 a livello indiretto di primo livello e 13.975 a livello indiretto di secondo livello;**
- **25.610 lavoratori in termini di occupati, pari allo 0,11% della forza lavoro totale in Italia, di cui 2.500 a livello diretto, 4.576 a livello indiretto di primo livello e 18.543 a livello indiretto di secondo livello.**

Ad ogni posto di lavoro dipendente diretto corrispondono circa 12 posti di lavoro indiretti all'interno dell'economia italiana. **Le persone che dipendono - parzialmente o totalmente - dai redditi di lavoro generati (direttamente ed indirettamente) da Coca-Cola, sono dunque pari a circa 60.000.** Gli esiti dello studio dimostrano quindi come Coca-Cola partecipa attivamente allo sviluppo del Paese, contribuendo in maniera significativa alla creazione di valore aggiunto e di posti di lavoro, a beneficio dell'economia nazionale.

DALL'ANALISI DELL'IMPATTO OCCUPAZIONALE A LIVELLO REGIONALE SI EVIDENZIA CHE COCA-COLA HA CONTRIBUITO NEL 2015, IN MANIERA DIRETTA ED INDIRETTA, ALL'OCCUPAZIONE DI:



Oltre alla ricerca svolta tramite la SDA Bocconi School of Management, Coca-Cola HBC Italia ha promosso una ricerca, condotta dall'Università degli Studi di Salerno, sul contesto socio-economico della regione Campania, che ha rilevato alcuni dati preoccupanti come un tasso di occupazione pari 39,6% nel 2015, rispetto a una media italiana del 56,3% e un tasso di disoccupazione giovanile del 52,7%, superiore di oltre 12 punti rispetto alla media nazionale. Inoltre la Campania si classifica al penultimo posto (prima della Calabria) per il valore del PIL pro-capite. Anche le caratteristiche ambientali del territorio hanno un importante impatto sull'economia e sul suo livello di sviluppo: i dati 2014 di Legambiente sulla vivibilità ambientale su 104 capoluoghi di provincia collocano Napoli e Caserta rispettivamente alla 90° e 91° posizione, complice anche il fenomeno della cosiddetta "terra dei fuochi", ovvero il territorio compreso tra la provincia di Napoli e di Caserta.

In questo contesto Coca-Cola è presente a Marcianise da oltre 40 anni, con un impatto occupazionale diretto ed indiretto sul territorio rilevante. In data 11 giugno 2016 infatti Coca-Cola HBC Italia ha celebrato l'inaugurazione della centrale di cogenerazione dello stabilimento di Marcianise, il più grande insediamento produttivo dell'azienda nel Sud Italia. Dal 2010 ad oggi, il sito campano ha beneficiato di numerosi ammodernamenti e ampliamenti, con linee di produzione tra le più efficienti in Italia, beneficiando di oltre 29 milioni di euro di investimenti negli ultimi sei anni, cui si aggiungono i 2 milioni di euro del 2016 per la realizzazione dell'impianto di cogenerazione, in grado di produrre energia, calore e acqua refrigerata che rende il sito autosufficiente per quasi il 50% del proprio fabbisogno.

L'inaugurazione dell'impianto di cogenerazione a Marciánise

L'11 giugno 2016 presso lo stabilimento di Marciánise si è tenuta l'inaugurazione del nuovo impianto di cogenerazione e la presentazione del Rapporto di Sostenibilità 2015. Oltre 1.000 persone tra dipendenti, familiari, partner commerciali e istituzioni hanno preso parte ad una giornata di festa e divertimento. Tra gli ospiti anche l'allora Primo Ministro Matteo Renzi e il Presidente della Regione Campania Vincenzo De Luca, che hanno visitato l'impianto produttivo e preso parte alla celebrazione "Dal territorio, il futuro", una tavola rotonda sulla situazione socio-economica della Campania, che ha visto come protagonisti le eccellenze del territorio del mondo del lavoro, dell'ambiente e dello sport, celebri anche oltre i confini nazionali: Fabio Costarella, Responsabile Progetti per il Sud CONAI; Claudio Gubitosi, Fondatore e Direttore Artistico di Giffoni Experience; Cosimo Rummo, Presidente di Pasta Rummo; Gianni Maddaloni, Fondatore della Star Judo Club e suo figlio Pino Maddaloni, oro olimpico di Judo, che durante la giornata hanno anche tenuto diverse esibizioni con gli allievi della scuola Star Judo Club di Scampia.

L'orientamento al lavoro per i giovani

Ad aprile 2016 Coca-Cola HBC Italia e HRC Group, la prima Global Community che riunisce Direttori e Manager delle Risorse Umane di oltre 300 aziende italiane e multinazionali, hanno dato il via ai #TasteYourTalent Days, tre giornate di orientamento e formazione tenute presso la sede e gli stabilimenti dell'azienda sul territorio nazionale. Oltre 200 giovani laureati hanno così potuto confrontarsi con un panel di Top Manager e porre le fondamenta del loro futuro, grazie ad un programma innovativo che permette di sviluppare competenze concrete e accrescere la conoscenza di sé tramite simulazioni di colloquio, consigli sulla stesura di un curriculum efficace e supporto nell'identificare il percorso formativo e lavorativo più affine alle proprie inclinazioni.

Il programma delle giornate è stato vasto e ha previsto sia momenti di confronto su tematiche attuali quale il valore dei master post-universitari piuttosto che delle esperienze lavorative all'estero, sia momenti operativi in cui i ragazzi hanno partecipato a veri e propri colloqui individuali, ricevendo feedback sulle proprie aree di miglioramento, nonché indicazioni su come rendere efficace il proprio curriculum. Infine, un focus particolare è stato dedicato all'importanza del web e degli strumenti digitali per chi cerca lavoro e per chi offre lavoro, con un'analisi approfondita di scenari, trend e strategie per utilizzare al meglio queste nuove piattaforme di recruiting. Per dare continuità a questa esperienza, è stato lanciato un portale web dedicato (www.tasteyourtalent.it) in cui i ragazzi possono prepararsi agli incontri e dove, oltre a trovare maggiori informazioni sull'iniziativa, hanno la possibilità di registrarsi, richiedere di partecipare, compilare un test con cui identificare una serie di professioni all'interno delle quali esprimere le proprie capacità e la propria unicità.

Nel corso del 2016 sono dunque stati organizzati quattro appuntamenti: il primo il 28 aprile presso lo stabilimento di Marciánise di Coca-Cola HBC Italia, il secondo il 19 maggio presso la sede centrale dell'azienda a Sesto San Giovanni (MI), il terzo appuntamento nella cornice d'eccezione del Giffoni Experience, il festival del cinema per ragazzi e infine il 27 settembre presso la suggestiva location dell'Auditorium RDS a Roma.

Il progetto Youth Empowered

Nel 2017, Coca-Cola HBC Italia ha avviato il progetto Youth Empowered, il programma rivolto ai giovani tra i 16 e i 30 anni che non sono impegnati nello studio, lavoro o in altre tipi di corsi di formazione. Obiettivo del progetto #YouthEmpowered è supportare i ragazzi nella conoscenza delle proprie attitudini e nell'acquisizione di competenze professionali. Un portale di e-learning (www.youthempowered.it) permette di accedere a moduli di formazione interattivi di Life Skills e Business Skills, utili per il passaggio dal mondo dell'istruzione a quello del lavoro. #YouthEmpowered prevede anche una serie d'incontri di formazione in tutto il Paese, a cui partecipano direttamente i partner dell'azienda e i dipendenti di Coca-Cola HBC Italia, che mettono a disposizione dei giovani le proprie competenze professionali, fornendo consigli e illustrando l'esperienza lavorativa all'interno dell'azienda.

La partecipazione sociale

Coca-Cola HBC Italia promuove e partecipa a iniziative di carattere sociale e culturale, anche in compartecipazione con le realtà locali e le istituzioni. Le iniziative sono sostenute anche grazie a Fondazione Coca-Cola HBC Italia nata nel 2005 dalla volontà di realizzare e sostenere progetti che di per sé costituiscono un complemento delle attività istituzionali proprie dell'azienda.

In particolare la partecipazione sul territorio si esprime attraverso:

- il sostegno di iniziative dirette a categorie sociali più deboli o in situazioni di difficoltà;
- il supporto di iniziative di formazione e studio, anche per promuovere il rispetto dell'ambiente e del territorio;
- l'adesione ad eventi culturali o sportivi, per rafforzare l'engagement e la vicinanza alle comunità locali.



Iniziative di solidarietà

Coca-Cola HBC Italia è una realtà attenta al tema delle eccedenze alimentari, come dimostrano le azioni messe in campo per combattere il fenomeno. Nel 2016 Coca-Cola HBC Italia e Autogrill hanno sostenuto le attività di Banco Alimentare nella lotta contro lo spreco di cibo. Banco Alimentare dal 1989 infatti recupera in Italia alimenti ancora integri e non scaduti che sarebbero però destinati alla distruzione, perché non più commercializzabili. Salvati dalla destinazione a rifiuto, riacquistano valore e diventano risorsa per chi è in difficoltà. Parte del ricavato ottenuto dalla vendita del Menu Perfetto presso oltre 400 bar snack Acafé è stato dunque devoluto a Banco Alimentare, che ha impiegato la somma per raccogliere e distribuire 150.000 kg di alimenti, corrispondenti a 300.000 pasti equivalenti, alle famiglie in difficoltà nel Paese (1 pasto equivalente corrisponde a un mix di 500 gr di alimenti come da stima adottata dalla Fédération Européenne des Banques Alimentaires).



"RITENIAMO CHE LA LOTTA AGLI SPRECHI SIA UN ELEMENTO NON SOLO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA MA DI CIVILTÀ. L'INIZIATIVA SVOLTA CON AUTOGRILL È STATA UN'OCCASIONE IMPORTANTE PER SENSIBILIZZARE I NOSTRI CONSUMATORI SUL TEMA E PER SOSTENERE BANCO ALIMENTARE, UNA REALTÀ CON CUI CONDIVIDIAMO IL FORTE RADICAMENTO TERRITORIALE".

Giangiacomo Pierini, Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione Coca-Cola HBC Italia



"LA POVERTÀ ALIMENTARE COLPISCE IN ITALIA OLTRE 4,5 MILIONI DI PERSONE. SIAMO FELICI CHE UN'AZIENDA IMPORTANTE E PRESENTE SUL TERRITORIO COME COCA-COLA ABBAIA DECISO DI STARE AL NOSTRO FIANCO DANDO UN AIUTO CONCRETO ALLE PERSONE IN DIFFICOLTÀ SUL TERRITORIO."

Andrea Giussani, Presidente di Fondazione Banco Alimentare Onlus.

Coca-Cola HBC Italia, in occasione degli eventi sismici che in agosto e ottobre del 2016 hanno colpito il Centro Italia, ha effettuato alcune donazioni di prodotti a sostegno della popolazione locale o di clienti colpiti dagli eventi. In particolare:

- 630 casse di acqua Lilia da 0,5lt donate alla Croce Rossa Italiana con sede a Carsoli (AQ) dallo stabilimento di Oricola.
- 315 casse di acqua Lilia da 0,5lt donate alla Protezione Civile di Atella (PZ), ritirate presso lo stabilimento di Rionero in Vulture.
- 252 casse di vap 33cl di Coca-Cola Original Taste a beneficio di un grossista danneggiato dal terremoto.

Sempre per aiutare le vittime del terremoto nel Centro Italia, è stato inoltre devoluto l'incasso dei mercatini di Natale a favore di Croce Rossa Italiana. Per il quarto anno consecutivo, tutti i dipendenti, insieme con amici e parenti, sono stati invitati ad acquistare gadget esclusivi a marchio Coca-Cola presso tutti gli stabilimenti e la sede di Coca-Cola HBC Italia. Inoltre 20 colleghi sono stati anche "commessi per un giorno" supportando l'attività di vendita dei mercatini.

Coca-Cola HBC Italia ha inoltre effettuato nel corso del 2016 donazioni di prodotti per un valore complessivo di oltre 99mila euro al netto dell'IVA. Le donazioni sono destinate ad Associazioni che operano su tutto il territorio nazionale e che si occupano di assistenza alle persone meno abbienti oppure al Banco Alimentare che è attivo nel recupero di prodotti da redistribuire alle strutture caritative, con cui Coca-Cola HBC Italia collabora attivamente da diversi anni.

Il sostegno al Centro Sportivo Sociale "Gianni Maddaloni" - ONLUS

Fondazione Coca-Cola HBC Italia nel 2016 ha erogato, in occasione dell'evento dell'11 giugno 2016 presso lo stabilimento di Marciánise, un contributo a sostegno delle attività di carattere sociale promosse e realizzate dal Centro Sportivo Sociale "G. Maddaloni" di Scampia (NA).

Il centro di Gianni e Pino Maddaloni si pone come presidio di legalità a Scampia e ha come obiettivo il coinvolgimento dei giovani a rischio criminalità attraverso i valori dello sport.

Attraverso iniziative sociali e sportive, l'Associazione offre un'alternativa ai bambini e ragazzi bisognosi della periferia nord di Napoli, promuovendo una serie di principi tipici dello sport come la solidarietà, il rispetto e l'integrità. La palestra nel 2016 è stata frequentata da circa 50 ragazzi e bambini segnalati dalle scuole perché ritenuti a rischio, oltre a 30 bambini con Bisogni Educativi Specifici (BES). Considerando il tessuto sociale del territorio in cui l'Associazione Maddaloni ha scelto di operare, il supporto di Fondazione Coca-Cola HBC Italia si è rivelato prezioso per portare avanti le attività della palestra, quale luogo che oltre allo sport offre la possibilità di una vita diversa ai ragazzi del territorio.





Sempre nel corso del 2016, Fondazione Coca-Cola HBC Italia ha erogato un contributo destinato alla dotazione di giochi per bambini nei giardini pubblici situati nel Comune di Oricola (AQ).

Nello stesso anno Coca-Cola HBC Italia ha sostenuto Special Olympics Italia, il programma internazionale di allenamenti e competizioni atletiche per persone con disabilità intellettiva (oltre 17 città coinvolte sul territorio nazionale). L'azienda si è confermata partner dei Giochi invernali, che si sono svolti nel mese di gennaio a Bormio e nel mese di marzo ad Alagna Val Sesia (VC), dissetando gli atleti con i propri prodotti.

L'azienda è stata partner anche dei Giochi Estivi che nel 2016 si sono rinnovati con i Play the games, 16 eventi programmati in vari weekend da aprile a giugno sul territorio italiano. L'importanza dello sport per Special Olympics conferma ogni anno il prezioso strumento di sensibilizzazione per diffondere la conoscenza sulla disabilità intellettiva ed educare i più giovani alla comprensione e alla valorizzazione della diversità in ogni sua più ampia espressione.

Per il 2016 hanno gareggiato in diverse discipline sportive - tra cui calcio, atletica, ginnastica artistica, tennis, nuoto, bocce, equitazione, pallavolo - più di 3.000 atleti. In occasione della tappa che si è svolta a Lodi, a fianco degli oltre 450 atleti presenti c'erano più di 500 volontari, tra cui i 9 dipendenti Coca-Cola HBC Italia, che hanno avuto il compito di presidiare e gestire le aree di ristoro ed accompagnare gli atleti nei campi di gara.

I progetti ludico-educativi e la formazione

Il progetto educativo "Fabbriche Aperte", nato per il sostegno ad iniziative di tutela e di rispetto dell'ambiente e del territorio, è giunto nel 2016 alla sua quarta edizione.

L'iniziativa, presentata da Fondazione Coca-Cola HBC Italia e patrocinata da CONAI, il Consorzio Nazionale Imballaggi e dall'associazione di consumatori Cittadinanzattiva, è rivolta agli studenti delle scuole secondarie di primo e di secondo grado, con l'obiettivo di sensibilizzare i ragazzi sull'importanza del riciclo di plastica, alluminio, vetro, carta, rifiuti elettrici ed elettronici e, dal 2016, anche su un corretto utilizzo della risorsa idrica.

Gli stabilimenti di Coca-Cola HBC Italia di Nogara (VR), Oricola (AQ), Marcanise (CE) e Rionero in Vulture (PZ) hanno aperto le porte a oltre 4.500 studenti tra marzo e novembre. Gli alunni hanno scoperto la gestione dei rifiuti e dell'acqua, i processi di produzione delle bevande, oltre alle innovazioni e agli impegni dell'azienda relativi all'impatto ambientale.

Oltre alle visite ai quattro impianti di produzione, nel 2016 per la prima volta 3.000 studenti delle scuole di Veneto, Abruzzo, Basilicata e Campania sono stati coinvolti direttamente nelle scuole, attraverso un percorso divertente e interattivo, allestito all'interno della palestra del plesso scolastico. Tre speciali postazioni hanno guidato gli alunni alla scoperta dell'importanza degli equilibri dell'ecosistema, con un focus sull'importanza del riciclo dei rifiuti e di un corretto utilizzo della risorsa idrica.

Le scuole italiane aderenti hanno avuto a disposizione anche materiali didattici da poter utilizzare durante le ore di lezione: 2.500 kit educativi, differenziati per grado scolastico, contenenti informazioni, curiosità e suggerimenti per diventare cittadini responsabili nella propria quotidianità. I kit hanno permesso di raggiungere oltre 2.900.000 persone tra studenti, famiglie e amici.



La capsula del tempo: tre scuole premiate con borsa di studio

Tre scuole tra Abruzzo, Basilicata e Campania si sono aggiudicate la vittoria tra più di 200 Istituti di tutto il Paese per la prova educativa "La capsula del tempo", con elaborati incentrati su soluzioni che potranno garantire un futuro sostenibile al nostro pianeta. I tre Istituti sono stati premiati da

Fondazione Coca-Cola HBC Italia con una borsa di studio per l'acquisto di materiali didattici.

La prova si è svolta nell'ambito del programma ludico-educativo "Fabbriche Aperte", pensato per sensibilizzare gli studenti sull'importanza del riciclo e sul corretto utilizzo della risorsa idrica. Nella categoria delle scuole primarie si è aggiudicata il primo premio una classe della Scuola di Castelnuovo Vomano (TE): i ragazzi hanno usato la forma del fotoromanzo per presentare soluzioni pratiche ed immaginarie provenienti dal futuro, per salvare la Terra dall'inquinamento.

Di Melfi (PZ) la classe vincitrice del primo premio tra le scuole secondarie di primo grado, dove gli studenti dell'Istituto Comprensivo Statale "P. Berardi - F. S. Nitti" hanno proposto un nuovo strumento per un sistema d'agricoltura sostenibile, consistente in un raccogliatore di acqua piovana interamente composto da materiali recuperati.

L'Istituto Tecnico Industriale "Guglielmo Marconi" di Torre Annunziata (NA) si è distinto tra le scuole secondarie di secondo grado grazie ad un video gioco interattivo interamente progettato dagli alunni sul tema della salvaguardia ambientale.

Fondazione Coca-Cola HBC Italia anche nel 2016 ha sostenuto alcune iniziative in linea con la propria funzione di incoraggiare la formazione, lo studio e la ricerca:

- Il Programma Formativo "Retail & Sales Management" della Fondazione ISTUD, alla sua seconda edizione 2016/2017, con un sostegno economico per permettere la partecipazione di due studenti al programma formativo.
- Il sostegno a due iniziative di carattere socio-culturale dirette agli alunni della scuola secondaria di Nogara. In particolare, un primo intervento è stato l'attivazione di un corso sull'autostima per i ragazzi delle classi terze della scuola secondaria di primo grado. Un secondo intervento è stato l'acquisto di materiale informatico per la gestione del progetto, ovvero una Lavagna Interattiva Multimediale (LIM).

Coca-Cola HBC Italia ha collaborato anche a un'iniziativa didattica con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano: gli studenti del terzo anno del Corso di Laurea Triennale di Linguaggi dei Media sono stati coinvolti con un brief sulla comunicazione della Corporate Social Responsibility. Gli studenti hanno lavorato in gruppo e hanno presentato i loro progetti presso la sede dell'azienda, alla presenza dell'Amministratore Delegato.

Gli eventi sul territorio

Coca-Cola HBC Italia ha realizzato nel 2016 iniziative a supporto di uno stile di vita attivo, selezionando alcuni eventi pubblici con alta affluenza e le principali gallerie commerciali sul territorio, coinvolgendo oltre 1.500.000 persone.

In particolare è stata offerta la possibilità di fare movimento anche in occasione di eventi non sportivi attraverso il Coca-Cola Village, un allegro villaggio dedicato al movimento e al divertimento, aperto al pubblico. Numerose le attività che si sono potute praticare all'interno: volley, calcio balilla, badminton, ping-pong, basket, golf, cyclette e zumba.

Il Coca-Cola Village è stato allestito in occasione di importanti manifestazioni di grande richiamo quali il Comicon, il Giffoni Film Festival e il Meeting dell'Amicizia a Rimini.

• COMICON (22-25 APRILE 2016 - NAPOLI):

per la prima volta Coca-Cola HBC Italia ha partecipato al Comicon, il Salone Internazionale del Fumetto, attraverso la presenza del Coca-Cola Village nelle quattro giornate di evento, presso la Mostra D'Oltre Mare di Napoli: 200 mq di villaggio dedicato a numerose attività ludico-sportive, con oltre 20.000 spettatori che si sono cimentati nelle attività proposte per fare movimento divertendosi.

• GIFFONI FILM FESTIVAL (15-24 LUGLIO 2016 - GIFFONI VALLE PIANA, SA):

per l'ottavo anno consecutivo Coca-Cola HBC Italia è stata partner di Giffoni Experience, il festival del cinema per ragazzi più importante d'Italia, giunto alla 46^a edizione. Il Coca-Cola Village, implementato per tutta la durata del Festival, ha visto la partecipazione di giurati e del pubblico esterno alle numerose attività sportive attivate. Sviluppato su un'area di 500 mq del Parco Hollywood, il Villaggio è stato aperto al pubblico tutti i giorni e sono state oltre 40.000 le persone coinvolte, sulle 300.000 presenze totali registrate dalla manifestazione. Coca-Cola HBC Italia per l'occasione ha realizzato un contest interno per dare la possibilità ai figli/parenti dei propri dipendenti di diventare uno dei 4.150 giovani giurati che ogni anno prendono parte all'evento. Il 18 luglio è stata organizzata per i giurati della categoria +18 una sessione di "Taste Your Talent", l'iniziativa di orientamento al lavoro per giovani neolaureati. Inoltre la presenza di Coca-Cola HBC Italia al Giffoni Experience è stata affiancata da un'iniziativa commerciale con Conad, partner anch'esso della manifestazione. In 31 punti vendita tra ipermercati, superstore e superette presenti nell'area di Salerno e provincia, i consumatori che hanno acquistato i prodotti Coca-Cola in promozione hanno ricevuto in omaggio un cappellino Coca-Cola e sono stati invitati a partecipare alle divertenti iniziative del Coca-Cola Village.

• XXXVII EDIZIONE MEETING DELL'AMICIZIA DI RIMINI (19-25 AGOSTO 2016 - RIMINI):

per l'undicesimo anno consecutivo Coca-Cola HBC Italia è stata partner dell'evento riconosciuto a livello internazionale come la manifestazione religiosa e culturale più importante sul territorio italiano che accoglie ogni anno 800.000 visitatori. Per il terzo anno è stato ricreato il Coca-Cola Village, aperto al pubblico ogni giorno nel Padiglione Sportivo, che ha accolto circa 30.000 visitatori durante la settimana dell'evento: oltre a divertirsi con ping-pong, calcio balilla umano e da tavolo, hula hoop e minigolf, i partecipanti hanno potuto giocare con la "ruota Ambassador" che poneva domande sull'azienda e sull'impegno di Coca-Cola HBC Italia in termini di Corporate Social Responsibility.

Oltre a questi eventi, i Coca-Cola Village sono stati allestiti anche durante la Giornata Mondiale dello Sport organizzata dal CONI, gli Internazionali di Tennis di Roma e nelle gallerie di 32 centri commerciali. In particolare il villaggio è stato attivato presso 5 clienti (Carrefour, Auchan, Ipersymply, Finiper e Coop) in occasione degli Europei di Calcio, tra maggio e giugno, e in seguito tra settembre e novembre negli shopping centre di 4 clienti (Auchan, Iper, Carrefour e Panorama). In totale si sono registrati 128.848 partecipanti, che si sono cimentati nelle diverse attività ludico-sportive del villaggio.

Da gennaio a dicembre 2016, all'interno dell'ipermercato Carrefour di Carugate (MI) è stato realizzato da Coca-Cola HBC Italia "Il movimento è felicità", uno spazio interamente dedicato alla promozione di uno stile di vita attivo, dove era possibile sfidarsi in partite di calcio balilla e pedalare su una cyclette.





Glossario

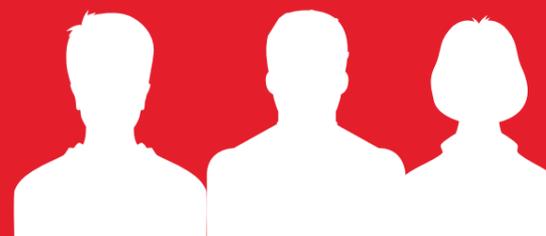
- **AA1000** Standard sviluppato dall'ISEA (Institute of Social and Ethical AccountAbility) che fornisce le linee guida per la predisposizione di report di sostenibilità, l'assurance degli stessi e lo stakeholder engagement. Il fine è aiutare le organizzazioni a comprendere la responsabilità e le conseguenze delle proprie azioni, decisioni, politiche e performance, soprattutto in riferimento al campo sociale e ambientale, in modo da stimolarle all'essere trasparenti e a perseguire uno sviluppo sostenibile.
- **ASSOBIBE** Associazione Italiana tra gli Industriali delle Bevande Analcoliche - Associazione nazionale di categoria, aderente a Confindustria, che rappresenta, tutela ed assiste le imprese italiane che producono bevande analcoliche. Ad essa aderisce la maggioranza delle aziende del settore, di ogni dimensione e localizzate su tutto il territorio italiano.
- **CARBON CLEAR** Società leader mondiale nella gestione energetica efficiente e riduzione delle emissioni e membro fondatore dell'"International Carbon Reduction and Offset Alliance" (ICROA).
- **CLIENTE** Soggetto che vende o serve i prodotti di Coca-Cola HBC Italia direttamente al consumatore.
- **CONCENTRATO** Base alla quale si aggiungono acqua e altri ingredienti per produrre una bevanda.
- **DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX** Indice borsistico mondiale di valutazione della responsabilità sociale delle imprese, costituito nel 1999 con l'intento di tracciare la performance finanziaria dei titoli che si distinguono per risultati eccellenti sotto un profilo economico, sociale e ambientale, evidenziando le aziende leader nella sostenibilità di ciascun settore.
- **FINANCIAL TIMES STOCK EXCHANGE** Indice azionario delle 100 principali società quotate al London Stock Exchange, il mercato azionario londinese. L'indice è calcolato e diffuso dal FTSE Group, società indipendente controllata dal Financial Times e dal London Stock Exchange.
- **GRI - SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINES** Standard di riferimento che fornisce un modello generalmente riconosciuto per il reporting delle performance economica, ambientale e sociale di un'organizzazione. La quarta generazione delle Linee Guida (G4) è stata pubblicata a maggio 2013 durante la "Global Conference on Sustainability and Reporting" ad Amsterdam.
- **HDPE** High-density polyethylene - Polimero di addizione, prodotto dalla raffinazione del petrolio. Si tratta di un materiale plastico molto diffuso per la produzione di imballaggi rigidi come flaconi e bottiglie.
- **INFORTUNIO** Un "infortunio sul lavoro" è un incidente occorso ad un dipendente durante lo svolgimento delle proprie attività lavorative, che comporta l'astensione dal lavoro per almeno un giorno, escluso il giorno di accadimento.
- **LCA** Life Cycle Assessment - Strumento di valutazione, utilizzato per analizzare l'impatto ambientale di un prodotto, un'attività o un processo lungo tutte le fasi del ciclo di vita. L'analisi quantifica l'utilizzo delle risorse (gli "input" come energia, materie prime, acqua) e le emissioni nell'ambiente (gli "output" nell'aria, nell'acqua e nel suolo) associate al sistema oggetto di valutazione.
- **LPB** Litro di bevanda prodotto
- **OPERATIONS** Personale impegnato presso gli impianti di produzione delle bevande a marchio The Coca-Cola Company e gli impianti di imbottigliamento delle acque minerali, i magazzini ed il relativo supporto tecnico.
- **PE** Polietilene - Materiale plastico utilizzato per realizzare il film per gli imballaggi delle confezioni multipack di bottiglie.
- **PET** Polietilene tereftalato - Materiale plastico utilizzato per realizzare packaging tra cui bottiglie leggere e resistenti alla rottura. Il PET può essere riciclato in nuovi contenitori non alimentari, articoli di abbigliamento, tappeti, componenti automobilistiche e materiali industriali.

- **PLANT** Stabilimento di produzione delle bevande a marchio The Coca-Cola Company.
- **RICONDIZIONAMENTO** Messa a punto periodica, effettuata dal Technical Service & Equipment (TS&E), delle frigoriferine e dei vari sistemi di refrigerazione delle bevande.
- **SALES** Struttura commerciale che gestisce i rapporti con i clienti sviluppando i brand nei diversi canali distributivi. Si occupa dell'attivazione dei punti vendita, dell'esposizione dei prodotti, delle promozioni e di garantire che il prodotto sia sempre disponibile al consumatore e conforme ad elevati standard qualitativi.
- **TS&E** Centro di assistenza tecnica dedicato al ricondizionamento ed alla manutenzione delle frigoriferine di Coca-Cola HBC Italia, supportato da un team di tecnici che operano sul territorio a diretto contatto con il cliente. Fra le attività del TS&E, l'area principale è quella dedicata al refurbishment, ovvero alla revisione e al ricondizionamento delle attrezzature: riparazione delle frigoriferine, degli impianti per l'erogazione delle bevande alla spina e dei distributori automatici. La cessione di questo ramo di azienda è avvenuta nel 2013.
- **TPV** Third Part Vending - Distribuzione automatica.
- **UNESDA** Union of European Soft Drinks Associations - Associazione europea fondata nel 1958 a Bruxelles per sostenere e difendere gli interessi del settore delle bevande analcoliche in ambiti quali sicurezza alimentare e scienza, salute e nutrizione, fiducia e soddisfazione dei consumatori, competitività e sostenibilità ambientale.

Tabella di correlazione con il GRI-G4

La presente tabella di correlazione segue il riferimento all'opzione In Accordance-core, come prevista dalle Linee Guida GRI-G4. Sono stati inseriti inoltre gli indicatori del "Food Processing Sector Supplement", documento GRI specifico del settore della produzione di beni alimentari. Neanche per l'anno 2016, Coca-Cola HBC Italia ha previsto un'assurance esterna.

GENERAL STANDARD DISCLOSURE				
INDICATORE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO CAPITOLO/PARAGRAFO	RIFERIMENTO PAGINA	NOTE/INTEGRAZIONI
STRATEGIA E ANALISI				
G4-1	Dichiarazione da parte del vertice aziendale della rilevanza della sostenibilità per l'Organizzazione nonché della strategia dell'Organizzazione per gestire la sostenibilità	Lettera agli stakeholder; Il percorso della sostenibilità	2 3-4	
G4-2	Descrizione dei principali impatti, rischi ed opportunità	L'analisi materialità	6	
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE				
G4-3	Nome dell'organizzazione	Identità aziendale	9	
G4-4	Principali marchi, prodotti e/o servizi	La gamma dei prodotti Coca-Cola	18-19	
G4-5	Sede principale	Identità aziendale	9	
G4-6	Numero di paesi in cui l'organizzazione opera	Identità aziendale	9-10	
G4-7	Assetto proprietario e forma legale	La governance	12-13	
G4-8	Mercati serviti (compresa la ripartizione geografica, settori serviti e tipologia di clienti).	Identità aziendale; La politica commerciale	9-10 38-40	
G4-9	Dimensione dell'organizzazione	Identità aziendale; "Pillole" di storia; La governance; Le persone di Coca-Cola HBC Italia; Produzione e vendite	9 10 12 23-27 37-38	
G4-10	Caratteristiche della forza lavoro: A. N. totale di dipendenti per tipologia contrattuale e genere B. N. totale di dipendenti a tempo indeterminato per tipologia professionale e genere C. Totale forza lavoro suddivisa per dipendenti e supervisors suddivisa per genere D. Totale forza lavoro per regione e genere. E. Indicare se una parte sostanziale del lavoro dell'organizzazione è svolta da lavoratori autonomi o da persone diverse dai dipendenti propri. F. Segnalare eventuali variazioni significative dei numeri di occupazione (come variazioni stagionali nell'occupazione nel settore turistico o agricolo)	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	23-27	



G4-11	Dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	24	
G4-12	Descrizione della catena di fornitura	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale (4. I principi guida per i fornitori) Le politiche di approvvigionamento sostenibile	16 40-43	
G4-13	Cambiamenti significativi riguardanti dimensioni, struttura, proprietà o catena di fornitura dell'organizzazione avvenuti nel periodo di rendicontazione	Identità aziendale; "Pillole" di storia; Le politiche di approvvigionamento sostenibile	9 10 40-43	
G4-14	Approccio precauzionale nella gestione dei rischi	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale	14-16	
G4-15	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	Il percorso della sostenibilità; Gli strumenti che regolano la condotta aziendale; Diritti umani e gestione delle diversità; Il marketing responsabile	3-4 14-16 29 20-21	
G4-16	Partecipazione ad associazioni (anche di categoria) o organizzazioni nazionali o internazionali di advocacy	Il marketing responsabile	20-21	
IDENTIFICAZIONE DEGLI ASPETTI MATERIALI E PERIMETRO				
G4-17	Elencare tutte le entità incluse nel bilancio consolidato dell'organizzazione o documenti equivalenti.	La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia; Identità aziendale	5 9	
G4-18	Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti del bilancio e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi reporting principles	La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia; L'analisi di materialità	5 6-7	
G4-19	Aspetti materiali identificati nella definizione dei contenuti	L'analisi di materialità	6-7	
G4-20	Aspetti materiali interni all'organizzazione	L'analisi di materialità	6-7	
G4-21	Aspetti materiali esterni all'organizzazione	L'analisi di materialità	6-7	
G4-22	Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e relative motivazioni	La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia	5	
G4-23	Cambiamenti significativi in termini di obiettivi e perimetri rispetto al precedente bilancio	La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia; Identità aziendale	5 9	

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

G4-24	Lista degli stakeholder coinvolti dall'organizzazione	L'ascolto degli stakeholder; L'analisi di materialità	5 6-7	
G4-25	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder da coinvolgere	L'ascolto degli stakeholder; L'analisi di materialità	5 6-7	
G4-26	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	L'ascolto degli stakeholder; L'analisi di materialità	5 6-7	
G4-27	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	L'ascolto degli stakeholder; L'analisi di materialità	5 6-7	

PROFILO DEL REPORT

G4-28	Periodo di rendicontazione	La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia	5	
G4-29	Data di pubblicazione del precedente report			Publicato a giugno 2016
G4-30	Periodicità di rendicontazione	La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia	5	
G4-31	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti			Per approfondimenti e chiarimenti su quanto rendicontato si rinvia ai http://it.coca-colahellenic.com/it/contattaci/ Sotto la sezione Media & Responsabilità sociale
G4-32	Indice dei contenuti GRI e indicazione dell'opzione "In accordance"	Tabella di correlazione contenuti GRI-G4	65-74	
G4-33	Segnala la politica dell'organizzazione e la prassi corrente per cercare la garanzia esterna per la relazione (assurance).	La rendicontazione sociale di Coca-Cola HBC Italia; Tabella di correlazione contenuti GRI-G4	5 65	

GOVERNANCE

G4-34	Struttura di governo, inclusi i comitati che dipendono dal massimo organo gerarchico	La governance	12-13	
-------	--	---------------	-------	--

ETICA E INTEGRITÀ

G4-56	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	I valori di Coca-Cola HBC Italia; Gli strumenti che regolano la condotta aziendale; I Sistemi di gestione	11-12 14-16 17-18	
-------	--	---	-------------------------	--

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE**PERFORMANCE ECONOMICA**

G4-EC1	Valore economico generato e distribuito	Mercato, rispondere a ogni sfida; L'impatto economico e occupazionale in Italia	37-43 57-60	
G4-EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico aziendale	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	25	

PRESENZA SUL MERCATO

G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Lavoro, energia per la crescita	24	
G4-EC5	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	25	

IMPATTO ECONOMICO INDIRETTO

G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Comunità, l'impegno a creare valore	57	
G4-EC8	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate	L'impatto economico e occupazionale in Italia	57-60	

PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO

G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	40-43	
G4-EC9	Politiche, pratiche e percentuale di spesa impegnata con fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	41-42	
FP1	Percentuale del volume di acquisti effettuati da fornitori che operano in conformità alla politica di approvvigionamento dell'organizzazione	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	43	

PERFORMANCE AMBIENTALE**MATERIE PRIME**

G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Ambiente, crescere in modo responsabile; La gestione delle risorse	45 47	
G4-EN1	Materiali utilizzati per peso e volume	L'impiego delle materie prime	47	

ENERGIA

G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La gestione dell'energia	50	
G4-EN3	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	La gestione dell'energia	51	
G4-EN5	Intensità energetica	La gestione dell'energia	50	
G4-EN6	Riduzione dei consumi di energia in seguito ad iniziative di efficienza energetica	Ambiente, crescere in modo responsabile; La gestione dell'energia	46 50-51	
G4-EN7	Riduzione del fabbisogno energetico di prodotti e servizi	Ambiente, crescere in modo responsabile; La gestione dell'energia	46 50-51	

ACQUA

G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La gestione idrica	47	
G4-EN8	Volume di acqua totale prelevata, suddiviso per fonte	La gestione idrica	48	
GA-EN9	Fonti di prelievo significativamente influenzate dai prelievi di acqua	La gestione idrica	48	Nessuno
G4-EN10	Percentuale e volume totale di acqua riciclata e riutilizzata	La gestione idrica	48	

BIODIVERSITÀ

G4-EN11	Localizzazione e dimensione dei terreni posseduti, affittati, oppure gestiti all'interno o nelle vicinanze di aree protette oppure di aree ad alto valore per la biodiversità anche se al di fuori di aree protette			I plant di Coca-Cola HBC Italia non includono del proprio perimetro aree protette o ad elevata biodiversità
G4-EN12	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette			

EMISSIONI

G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le emissioni	53-54	
G4-EN15	Emissioni dirette di gas a effetto serra (GHG) Scope 1	Le emissioni	53	
G4-EN16	Emissioni indirette di gas a effetto serra (GHG) Scope 2	Le emissioni	53	
G4-EN17	Altre emissioni di gas a effetto serra indirette (GHG) Scope 3	Le emissioni	53	
G4-EN18	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra	Ambiente, crescere in modo responsabile	45	
G4-EN19	Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra	Le emissioni	53	
G4-EN21	Emissione di ossidi di azoto, ossidi di zolfo e altre significative emissioni nell'aria, suddivise per tipologia e peso			Non sono presenti emissioni significative di NOx e Sox ad esclusione di quelle prodotte dalla combustione del gas naturale. Tali emissioni sono comunque soggette a tutte le verifiche previste dalle leggi vigenti in materia

SCARICHI E RIFIUTI

G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Ambiente, crescere in modo responsabile; La gestione dei rifiuti	45 52	
G4-EN22	Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	La gestione idrica	48	

G4-EN23	Peso totale dei rifiuti per tipologia e metodi di smaltimento	La gestione dei rifiuti	52	
G4-EN24	Numero totale e volume delle perdite accidentali significative			Nell'anno in esame, non si sono verificati sversamenti significativi o incidenti in nessuno degli stabilimenti.
G4-EN25	Peso degli scarti trasportati, importati, esportati o trattati, ritenuti pericolosi secondo la Convenzione di Basilea, e percentuale dei rifiuti trasportati e spediti a livello internazionale	La gestione dei rifiuti	52	
PRODOTTI E SERVIZI				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La sostenibilità del packaging	49	
G4-EN27	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e dei servizi offerti	La sostenibilità del packaging	50	
TRASPORTI				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	L'efficienza logistica	54	
G4-EN30	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e altri beni, di materiali per le attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	Le emissioni; L'efficienza logistica	54 54-55	
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	40-43	
G4-EN32	Percentuale di nuovi fornitori selezionati in base a criteri ambientali	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	43	
PERFORMANCE SOCIALE				
PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE				
Occupazione				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	23-27	
G4-LA1	Numero totale e tasso di nuovi assunti e turnover per fascia di età, genere e aree geografiche	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	26-27	
G4-LA2	Benefit previsti per i lavoratori a tempo indeterminato non previsti per i lavoratori a tempo determinato o part-time	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	25	
G4-LA3	Ritorno al lavoro e mantenimento del posto di lavoro dopo il congedo parentale, per genere	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	25	
Relazioni industriali				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le relazioni industriali	28	
G4-LA4	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative (cambiamenti organizzativi), specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva	Le relazioni industriali	28	
FP3	Percentuale del tempo di lavoro perso per controversie industriali, scioperi e/o serrate, suddivisa per Paese	Le relazioni industriali	28	

Salute e sicurezza				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Sicurezza e benessere dei dipendenti;	32-34	
G4-LA5	Percentuale di lavoratori totali rappresentati nei comitati formali azienda- lavoratori per la salute e sicurezza che permettono di controllare e informare sui programmi di salute e sicurezza sul lavoro			100% dei dipendenti
G4-LA6	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per regione e per genere	La salute e la sicurezza	32-33	
G4-LA7	Lavoratori con elevata incidenza o rischio di malattia collegate al lavoro	La salute e la sicurezza	32-33	
G4-LA8	Tematiche su salute e sicurezza coperti da accordi formali con i sindacati	La salute e la sicurezza	33-34	
Formazione e educazione				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La formazione; Lo sviluppo delle persone	29-31 31	
G4-LA9	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per genere e categorie di lavoratori	La formazione; La salute e la sicurezza	29 34	
G4-LA10	Programmi per la gestione delle competenze e per l'aggiornamento professionale a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle proprie carriere	Lo sviluppo delle persone	31	
G4-LA11	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni di performance e sviluppo carriera, per genere e categorie di lavoratori	Lo sviluppo delle persone	31	
Diversità e pari opportunità				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Diritti umani e gestione delle diversità	29	
G4-LA12	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	La governance; Le persone di Coca-Cola HBC Italia	13 23-25	
Parità di retribuzione per uomini e donne				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	24-25	
G4-LA13	Rapporto tra lo stipendio base degli uomini e quello delle donne a parità di categoria nelle sedi operative significative	Le persone di Coca-Cola HBC Italia	25	
Valutazione dei fornitori per le pratiche lavorative				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	40	
G4-LA14	Percentuale di nuovi fornitori e partner valutati utilizzando criteri legati alle pratiche di lavoro adottate	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	43	

DIRITTI UMANI				
Investimenti				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale; Diritti umani e gestione delle diversità	16-17 29	
G4-HR1	Percentuale e numero totale di accordi di investimento e di contratti significativi che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione (screening)	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale; Le politiche di approvvigionamento sostenibile	16 43	
G4-HR2	Ore di formazione erogate ai dipendenti su politiche e procedure riguardanti i diritti umani, percentuale di dipendenti formati	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale	16	Speak Up - Ethics & Compliance Week
Non discriminazione				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Diritti umani e gestione delle diversità	29	
G4-HR3	Numero totale di episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	Diritti umani e gestione delle diversità	29	
Lavoro minorile				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Diritti umani e gestione delle diversità	29	
G4-HR5	Identificazione di attività e fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e misure adottate per contribuire alla sua abolizione effettiva	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale; Diritti umani e gestione delle diversità; Le politiche di approvvigionamento sostenibile	16 29 43	
Lavoro forzato e obbligato				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Diritti umani e gestione delle diversità	29	
G4-HR6	Attività e fornitori con alto rischio di ricorso al lavoro forzato od obbligato e misure intraprese per contribuire alla loro eliminazione	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale; Diritti umani e gestione delle diversità; Le politiche di approvvigionamento sostenibile	16 29 43	
Diritti della comunità locale				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Diritti umani e gestione delle diversità	29	
G4-HR8	Numero totale di episodi di violazione dei diritti delle comunità locali e azioni intraprese	Diritti umani e gestione delle diversità	29	Nessuno

Valutazione dei diritti umani dei fornitori				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le politiche di approvvigionamento sostenibile; Gli strumenti che regolano la condotta aziendale	43 16	
G4-HR10	Percentuale di nuovi fornitori analizzati in termini di pratiche di rispetto dei diritti umani	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	43	
SOCIETÀ				
Comunità locali				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Comunità, l'impegno a creare valore	57	
G4-SO1	Percentuale delle attività per cui è stata coinvolta la comunità locale, sono stati valutati gli impatti e sono stati implementati programmi di sviluppo	L'impatto economico e occupazionale in Italia; Le risorse economiche generate e distribuite	57 57-60	
Anti-corruzione				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale	14	
G4-SO3	Percentuale di attività analizzate per rischio corruzione e principali rischi identificati	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale; Le politiche di approvvigionamento sostenibile	14-16 43	
G4-SO4	Comunicazione delle policy e formazione dei dipendenti su anti-corruzione	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale	15-16	Speak Up - Ethics & Compliance Week
Contributi politici				
G4-SO6	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti politici e relative istituzioni per Paese			Nessuno
Valutazione dei fornitori per l'impatto sulla società				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Le politiche di approvvigionamento sostenibile	43	
G4-SO9	Percentuale di nuovi fornitori selezionati tramite criteri relativi ai impatti sulla società	Gli strumenti che regolano la condotta aziendale; Le politiche di approvvigionamento sostenibile	14-16 43	
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO				
Salute e sicurezza dei clienti				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	La qualità e la sicurezza alimentare; Il marketing responsabile	19-20 20-21	
G4-PR1	Percentuale di prodotti e servizi significativi per i quali gli impatti su salute e sicurezza vengono migliorati	La qualità e la sicurezza alimentare; Il marketing responsabile	19-20 20-21	

FP5	Percentuali dei volumi prodotti in siti certificati da enti esterni con standard internazionali riconosciuti di sicurezza alimentare	I sistemi di gestione; Ambiente, crescere in modo responsabile	17-18	Tutti gli impianti di produzione hanno ottenuto la certificazione ISO9001 e FSSC 22000
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	La gamma dei prodotti Coca-Cola; Produzione e vendite	18-19 38	
FP7	Percentuali 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	Produzione e vendite	38	
G4-PR2	Numero totale di episodi di non conformità con i regolamenti e i codici degli impatti di prodotti e servizi su salute e sicurezza lungo il loro ciclo di vita, per tipologia e risultati		20-21	Nessun episodio di non conformità rilevato
Etichettatura dei prodotti e dei servizi				
G4-DMA	Informativa sull'approccio di gestione adottato dal management	Il marketing responsabile	20-21	
G4-PR3	Tipo di informazione di prodotto e servizio richiesta dalla procedura di informazione ed etichettatura dell'organizzazione e percentuale delle categorie significative di prodotti e servizi soggette a tali requisiti	Il marketing responsabile	20-21	Le etichette di tutti i prodotti venduti nel 2016 avevano informazioni sulle calorie nella parte anteriore e tabella nutrizionale con le rispettive percentuali relative alle assunzioni di riferimento di un adulto medio (8400 kJ/2000 kcal).
G4-PR4	Numero totale di episodi di non conformità ai regolamenti e ai codici su informazione ed etichettatura di prodotti e servizi			Nessun episodio di non conformità rilevato
G4-PR5	Risultati dei sondaggi di misurazione della customer satisfaction	Il marketing responsabile	20-21	
Comunicazione Marketing				
G4-PR6	Prodotti venduti vietati o oggetto di discussione pubblica	Il marketing responsabile	20-21	Nessun prodotto venduto è vietato nel mercato di competenza. Coca-Cola HBC Italia è inoltre impegnata con gli altri produttori di soft drink europei nella riduzione degli zuccheri aggiunti.
G4-PR7	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	Il marketing responsabile	20-21	Nessuno



Questo prodotto è stampato da Social Printing, il marchio Positive Sourcing di Altavia. Grazie a Social Printing è stato possibile sostenere la Comunità di San Patrignano, che, attraverso le attività di stampa, aiuta le persone afflitte da dipendenze a reintegrarsi nella società.



Coca-Cola HBC
Italia