



**RAPPORTO
DI SOSTENIBILITÀ 2021**
18ª edizione

 **Coca-Cola HBC
Italia**

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2021



IDENTITÀ

MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ

Innovare per crescere

7

IL NOSTRO MODELLO
DI BUSINESS SOSTENIBILE

8

TUTTI I NOSTRI PRODOTTI:
SIAMO UN 24/7 TOTAL BEVERAGE
PARTNER

12

PER UN CONSUMO RESPONSABILE

14

IL NOSTRO APPROCCIO
PER UN BUSINESS SOSTENIBILE:
DALL'ASCOLTO ALLA STRATEGIA

16

PER UNA MIGLIORE GESTIONE
DEI RISCHI

19



AMBIENTE

AZZERARE LE EMISSIONI

Diminuire l'impatto ambientale

23

UNA RESPONSABILITÀ
LUNGA UNA FILIERA

24

SOSTENIBILI, DALL'ORIGINE

26

TRASFORMAZIONE
E INNOVAZIONE

30

IMBOTTIGLIARE E RICICLARE

36

DALLA FABBRICA
AL CONSUMATORE

45

INDICE



LAVORO

ALLARGARE GLI ORIZZONTI

Avvicinare i talenti

49

LE PERSONE,
LA NOSTRA RISORSA PIÙ PREZIOSA

50

COINVOLGIMENTO E BENESSERE
DELLE PERSONE AL PRIMO POSTO

54

CONOSCENZE E COMPETENZE
DIFFUSE

55

DIRITTI UMANI E INCLUSIONE

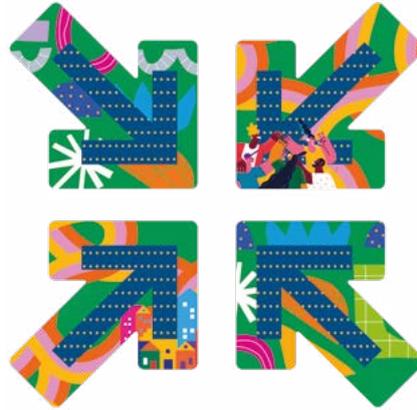
56

RELAZIONI INDUSTRIALI

57

SALUTE E SICUREZZA:
"ZERO IS POSSIBLE"

58



COMUNITÀ

ACCORCIARE LE DISTANZE

Dare spazio all'inclusione

63

ATTENTI AI BISOGNI
DELLE NOSTRE COMUNITÀ

64

IL NOSTRO IMPEGNO
PER LE NUOVE GENERAZIONI

67

DIVERSITÀ E INCLUSIONE:
PILASTRI FONDAMENTALI
PER LA NOSTRA CRESCITA

70

IL NOSTRO IMPEGNO PER
FRONTEGGIARE L'EMERGENZA
COVID-19

71

APPENDICE

72

NOTA METODOLOGICA

73

IL SISTEMA DI GOVERNO

73

GLI STRUMENTI CHE REGOLANO
LA CONDOTTA AZIENDALE

74

I TEMI MATERIALI PER CCHBCI
E IL COLLEGAMENTO
AGLI STANDARD GRI

76

DATI ANALITICI

77

INDICE DEI CONTENUTI GRI

85

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ
DI REVISIONE

100



A CONTARE SONO I FATTI

CARA
LETTTRICE,
CARO
LETTTORE,

È con piacere che vi presentiamo la diciottesima edizione del Rapporto di Sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia, il documento che ogni anno racconta il nostro impegno nel fare impresa in modo sostenibile e inclusivo, anche in uno scenario che evolve in modo sempre più imprevedibile e rapido.

L'emergenza sanitaria e le tensioni geopolitiche stanno, infatti, ponendo nuovi ostacoli al raggiungimento degli ambiziosi obiettivi globali per uno sviluppo sostenibile. In questo difficile contesto anche noi, nelle vesti di impresa e di cittadino delle comunità in cui operiamo, stiamo giocando la nostra parte: intensificando gli sforzi, consolidando indirizzi tracciati nelle nostre prospettive di crescita e guardando verso nuove direzioni di sviluppo. In questo processo, la sostenibilità si è rivelata centrale, determinante per essere pronti alle nuove sfide e in grado di adattarci in maniera propositiva alle esigenze dei nostri consumatori, dei nostri clienti e dell'intera filiera.

Attraverso il nostro Rapporto di Sostenibilità vogliamo raccontarvi come abbiamo scelto di portare avanti i nostri impegni nei confronti di ambiente e società. Lo facciamo usando i numeri, che restituiscono una fotografia dei risultati ottenuti e degli obiettivi che intendiamo raggiungere: "Da 100 a 0" è un modo semplice per comunicare l'inizio e la fine di un percorso fatto di dati concreti, che dalla realizzazione della prima bottiglia in 100% rPET ci porterà verso un orizzonte a zero emissioni nette lungo l'intera catena del valore entro il 2040.

Una sfida per certi tratti ancora inesplorata e con improvvisi cambi di direzione, che abbiamo scelto di intraprendere facendo leva sulle nostre conoscenze in materia di sostenibilità e di innovazione, insieme a chi con noi condivide obiettivi, valori e destinazione, ma soprattutto con le nostre persone e al fianco delle comunità di cui siamo parte. È infatti a partire dai territori in cui operiamo che ha origine la nostra missione, che ambisce al raggiungimento di obiettivi di respiro globale e crea un ponte tra tutti i soggetti della filiera che ne fanno parte e la rendono possibile. Con lo loro vogliamo condividere il valore di un'esperienza che ci porti a crescere e a tracciare insieme i prossimi passi di questo percorso.



Buona lettura,

FRANK O'DONNELL

General Manager

A handwritten signature in black ink that reads "Frank O'Donnell". The signature is written in a cursive, flowing style.



IDENTITÀ



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ

Innovare per crescere

Siamo presenti in Italia
con **1.862 dipendenti**
nei nostri **6 stabilimenti**
e la **sede centrale**

Da 100 (% rPET)
a (Net) Zero:
sostenibilità e innovazione
sono le nostre scelte
per un futuro diverso

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





A CONTARE SONO I FATTI

IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS SOSTENIBILE

Profilo e valori di Coca-Cola HBC Italia

Coca-Cola HBC Italia è il principale produttore e distributore di prodotti a marchio The Coca-Cola Company sul territorio nazionale. Impiega **poco meno di 2.000 dipendenti** e opera attraverso **6 stabilimenti**: 3 dedicati alla produzione di bibite situati a Nogara (VR), Oricola (AQ), Marcianise (CE), 2 siti di imbottigliamento di acque minerali, Fonti del Vulture a Rionero in Vulture (PZ) e Lurisia a Roccaforte Mondovì (CN) e un innovativo polo situato a Gaglianico (BI) dedicato alla produzione di bottiglie in plastica riciclata (rPET) destinate all'imbottigliamento dei prodotti dell'azienda. Coca-Cola HBC Italia si presenta sul mercato come un **24/7 Total Beverage Partner**, con un portafoglio prodotti in grado di coprire tutte le occasioni di consumo, dalla colazione fino al dopocena. Per ampliare la propria offerta commerciale, dal 2018, distribuisce oltre 70 referenze di Spirits di marchi nazionali ed internazionali, e guida lo sviluppo dei canali di vendita attraverso l'impegno del **team commerciale dell'Azienda, tra i più grandi del Paese**, e l'agenda strategica gestita dal **trade marketing** per l'accelerazione e la valorizzazione dell'intero portafoglio prodotti. Titolare dei progetti di responsabilità sociale d'impresa, Coca-Cola HBC Italia pubblica ogni anno un **Rapporto di Sostenibilità** in cui documenta le **attività svolte per la comunità**, l'ambiente, nel mercato e sul posto di lavoro, frutto delle consolidate **relazioni istituzionali**, nazionali e sul territorio coltivate dall'Azienda negli anni, anche attraverso le attività di volontariato aziendale e la collaborazione con numerose organizzazioni non governative, associazioni di categoria del sistema Confindustria e università.



Coca-Cola Italia

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





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Coca-Cola Hellenic Bottling Company

Coca-Cola HBC Italia è una società controllata dal Gruppo Coca-Cola Hellenic Bottling Company, quotato alla borsa di Londra e di Atene, che opera con 36.000 dipendenti attraverso 59 stabilimenti e raggiunge oltre 715 milioni di consumatori in 29 Paesi.

36.000
dipendenti

Nel 2021 Coca-Cola HBC è stata ufficialmente riconosciuta come **l'azienda di bevande più sostenibile d'Europa** secondo il Dow Jones Sustainability Index (DJSI)

Per l'11° anno consecutivo è **tra le prime tre aziende del settore delle bevande** con i migliori indici di sostenibilità a livello globale





A CONTARE SONO I FATTI

VALORI

I nostri valori

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

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

Purpose

Crescere insieme ai nostri clienti e rispondere al meglio alle esigenze dei nostri consumatori, ogni giorno e in ogni momento della giornata 24/7. Lo facciamo prendendoci cura di un team di persone appassionate, costruendo valore nelle comunità, nel rispetto dell'ambiente.

Vision

Essere il punto di riferimento del mondo del beverage e guidare la crescita in modo sostenibile grazie al nostro portafoglio prodotti.



La nostra governance

La cultura aziendale che abbiamo maturato nel corso degli anni riflette il grande valore che attribuiamo al concetto di responsabilità sociale d'impresa. Siamo infatti consapevoli che una gestione etica e trasparente del business rappresenti un presupposto fondamentale per sostanziare il processo di crescita sostenibile e responsabile.

Consideriamo gli strumenti che disciplinano la condotta aziendale e le regole della corporate governance ingredienti fondamentali per il nostro successo, con una particolare

attenzione alla lotta contro la corruzione e alla integrità e indipendenza dei membri del board.

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



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Il nostro impatto socio-economico sul territorio

Da sempre Coca-Cola ambisce a coniugare orizzonte globale e anima locale. Questo la porta a porre una grande attenzione nei confronti del territorio e delle comunità in cui opera, condividendo con loro il valore generato. Proprio per comprendere e descrivere l'impatto economico e occupazionale generato nel nostro Paese, nel corso del 2021, abbiamo pubblicato lo studio¹ **"Italiana di fatto"** realizzato da **SDA Bocconi School of Management**.

Il documento racconta il contributo apportato, ogni giorno, dalle persone di Coca-Cola HBC Italia, Coca-Cola Italia e Sibeg, le tre società che rappresentano Coca-Cola in Italia, partendo proprio dai numeri, dai fatti e dalle azioni concrete che rendono Coca-Cola "Italiana di fatto".

Dall'analisi emerge che Coca-Cola è la **prima realtà nel settore delle bibite e delle bevande** sia per **impatto economico** sia per **impatto occupazionale** nel 2020: sommando stipendi, contratti di forniture, imposte e contributi fiscali versati, sono oltre 870 milioni di euro (pari allo 0,05% del PIL nazionale) le risorse generate in Italia e destinate alle famiglie, alle imprese e allo Stato, e oltre 22.000 i posti di lavoro creati direttamente e attraverso il suo indotto. Inoltre, sono più di 50.000 le persone che dipendono dai redditi di lavoro generati, direttamente ed indirettamente, da Coca-Cola.

1^a realtà

nel settore delle bibite e delle bevande per impatto economico ed occupazionale

Oltre 870 milioni di euro

di risorse generate e distribuite in Italia, pari allo 0,05% del PIL

Più di 22.000 posti di lavoro generati,

indotto incluso, generati pari allo 0,1% degli occupati totali in Italia



¹ Coca-Cola, Italiana di Fatto, 2021, SDA Bocconi



A CONTARE SONO I FATTI

La partecipazione ad associazioni industriali

Partecipiamo attivamente alla vita delle associazioni industriali più rilevanti per il nostro business. Anche nel 2021 abbiamo ricoperto ruoli attivi nelle diverse associazioni:

- **ASSOBIBE (Associazione Italiana Industrie Bevande Analcoliche)**
PRESIDENTE: Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs & Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia
- **Assolombarda**
CONSIGLIO DIRETTIVO: Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs & Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia
CONSIGLIO DIRETTIVO DEL GRUPPO ALIMENTAZIONE: Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs & Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia
CONSIGLIO DIRETTIVO DEL GRUPPO MILANO NORD: Matteo Butturi, People & Culture Supply Chain and Work Relations Manager Coca-Cola HBC Italia
- **CENTROMARCA (Associazione Italiana dell'Industria di Marca)**
CONSIGLIO DIRETTIVO: Davide Franzetti, Country Sales Director Coca-Cola HBC Italia
- **CIAL (Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio)**
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE: Giulia Miceli, Public and Regulatory Affairs Manager Coca-Cola HBC Italia
- **Confindustria Verona**
CONSIGLIO GENERALE e VICEPRESIDENZA CON DELEGA AL CAPITALE UMANO:
Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs & Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia
- **Confindustria l'Aquila**
CONSIGLIO GENERALE: Matteo Perfetti, HR Business Partner Coca-Cola HBC Italia
- **Confindustria Basilicata**
CONSIGLIO DIRETTIVO DEL GRUPPO ALIMENTAZIONE: Angelo Libutti, Plant Manager Coca-Cola HBC Italia

TUTTI I NOSTRI PRODOTTI: SIAMO UN 24/7 TOTAL BEVERAGE PARTNER

Siamo di fronte a un contesto in continua evoluzione, oggi più che mai repentino e imprevedibile, e i modelli di consumo riflettono questi cambiamenti: il nostro obiettivo è intercettare e anticipare le **esigenze dei consumatori**, offrendo una gamma di bevande che sia sempre in grado di soddisfarne i bisogni.

Continua il nostro impegno nell'**innovazione di prodotto** per proporre bevande e formati adatti ad ogni gusto, stile di vita e occasione di consumo: questo fa di noi un **24/7 Total Beverage Partner**.

Distribuiamo su tutto il territorio nazionale, ad esclusione della Sicilia, le bevande analcoliche a marchio **Coca-Cola**, **Fanta** e **Sprite**, i tè freddi **FuzeTea**, le toniche **Kinley**, le acque minerali **Lilia** e **Sveva**, i succhi di frutta **Amita**, le bevande sportive **Powerade**, le bevande vegetali **AdeZ** e gli energy drink a marchio **Burn** e **Monster Energy**®, oltre ai prodotti **Lurisia**, marchio italiano di acque e bevande premium quali Chinotto, Gazzosa, Acqua Tonica, Aranciata, Aranciata Amara, Aranciata Rossa e Limonata e cinque referenze dedicate alla mixability.

Con l'obiettivo di ampliare la nostra offerta nella distribuzione degli spirits, sono stati fatti accordi commerciali con **Glendalough Distillery** per la distribuzione in Italia di sette referenze: cinque whisky e due gin super premium, che si sono aggiunte al portafoglio di cui fanno già parte **Nemiroff**, **Barcelò** e **Fraternity Spirits**, **Lucano 1894**, **Edrington** e **Silvio Carta**, **Next Frontier Brands**.





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE



Novità e trend di prodotto 2021

Il 2021 ha visto consolidarsi le **nuove abitudini di consumo**, emerse nel corso del 2020 come conseguenza all'emergenza sanitaria. In particolare, abbiamo registrato una nuova tendenza nel consumo dell'aperitivo, con una crescita dei cosiddetti **"aperi-green"**: aperitivi immersi nel verde, ad esempio durante pic-nic e barbecue, legati alla crescente necessità di stare all'aperto dopo i prolungati periodi di distanziamento fisico e sociale. In questo contesto, importanti novità riguardano **Lurisia, che ha lanciato cinque referenze** dedicate esclusivamente al canale Ho.Re.Ca.: Acqua Tonica con Ireos Toscano, Ginger Beer con peperoncino calabrese, Gazzosa Amara con Quassia Amara e Acqua Tonica con una nota di Vermouth, Bitter Lemon con estratto di limone Primofiore. Si tratta di una gamma per la mixability, creata con ricercati ingredienti locali, in bottiglie di vetro da 150 ml.

È stato inoltre registrato un crescente interesse nei confronti della categoria degli **energy drink**. In particolare, quest'anno, le nostre referenze Monster Energy® sono state in grado di soddisfare le esigenze di consumo grazie ad una gamma sempre più completa, la cui vendita è cresciuta del +102% rispetto al 2020.

COCA-COLA ZERO ZUCCHERI ZERO CAFFEINA

Nel 2021 abbiamo lanciato con un progetto pilota su un grande player della grande distribuzione Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Caffeina, una novità che ci consentirà di rispondere ulteriormente alle esigenze dei nostri consumatori.

Coca-Cola Zero Zuccheri e Zero Caffeina è la bevanda ideale per gli amanti del gusto Coca-Cola che preferiscono un prodotto senza zuccheri e senza caffeina.





A CONTARE SONO I FATTI

PER UN CONSUMO RESPONSABILE



Alimentazione e benessere sono strettamente correlati e questo binomio è sempre più influente nelle scelte dei consumatori, nonché determinante nelle evoluzioni delle loro abitudini di consumo. Da oltre un decennio ci siamo impegnati nell'adottare **iniziative concrete per incoraggiare i consumatori a controllare l'assunzione di zuccheri**, nel pieno rispetto delle loro esigenze e della loro salute, e in linea con le raccomandazioni delle istituzioni sanitarie mondiali tra cui l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità). Per questo motivo, abbiamo sviluppato nel tempo **un'ampia gamma di prodotti che rispondono a una domanda di consumo consapevole, ampliando la scelta di bevande a ridotto o nullo contenuto calorico.**

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

L'IMPEGNO DEL SETTORE DELLE BEVANDE

ASSOBIBE

Nel 2021 ASSOBIBE, associazione confindustriale che rappresenta le aziende produttrici di bevande analcoliche, **ha siglato un nuovo Protocollo d'Intesa con il Ministero della Salute** per offrire **sempre meno zuccheri e calorie nei soft drink** e fissare nuovi obiettivi di autoregolamentazione nelle attività di marketing, pubblicità e vendita, con particolare attenzione ai bambini e ragazzi.

L'accordo prevede un nuovo taglio del 10% dello zucchero immesso in consumo nel biennio 2020-2022.

Al fine di tutelare i consumatori più giovani, inoltre, l'accordo prevede **l'astensione dalla vendita diretta di bevande zuccherate anche nelle scuole superiori**: un ulteriore impegno preso dalle aziende produttrici, che già oggi non vendono direttamente bevande analcoliche nelle scuole primarie e offrono solo versioni senza zuccheri aggiunti nelle scuole secondarie.

Non da ultimo, **il protocollo eleva a 13 anni la soglia per l'astensione da attività di promozioni e marketing nei canali diretti ai bambini**, contenuta nel codice di autoregolamentazione ASSOBIBE in vigore dal 2006.

Sempre nel 2021, ASSOBIBE ha siglato un **Protocollo d'intesa per la promozione delle produzioni made in Italy e la riduzione degli sprechi con il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali.**

L'accordo formalizza l'impegno alla promozione e attuazione di politiche di valorizzazione della filiera agricola italiana nell'ambito della produzione e vendita delle bevande analcoliche, con lo scopo di facilitare le condizioni per mantenere e rafforzare l'approvvigionamento di frutta e di agrumi italiani, incentivare l'innovazione dei prodotti e l'ampliamento anche di versioni "bio", lavorare sulla riduzione degli sprechi alimentari e sulla valorizzazione degli scarti.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

L'IMPEGNO DI COCA-COLA IN ITALIA

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

- **Formulazione:** nel nostro Paese circa il **71% dei prodotti di The Coca-Cola Company del portfolio 2021 è a basso, ridotto o nullo contenuto calorico**. Tra le cole il **22,44%** delle vendite è rappresentato da queste varianti, confermando una tendenza in crescita anno su anno.
- **Piano di riduzione delle calorie:** **+9% nel 2021**, rispetto all'anno precedente, nella categoria **-5gr/zero calorie**. Il sistema Coca-Cola ha supportato l'impegno di **ridurre la quantità di zucchero aggiunto di un ulteriore 10%** entro il 2022 promosso da **UNESDA**, l'associazione che rappresenta l'industria europea delle bevande, e da **ASSOBIBE**.

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

71%
dei prodotti di The Coca-Cola Company del portfolio 2021 in Italia è a contenuto calorico ridotto, basso o nullo.





A CONTARE SONO I FATTI

IL NOSTRO APPROCCIO PER UN BUSINESS SOSTENIBILE: DALL'ASCOLTO ALLA STRATEGIA

Consapevoli del nostro ruolo all'interno del sistema economico e sociale in cui operiamo, ci proponiamo come attore capace di guidare l'intera filiera verso una crescita sostenibile, intelligente ed inclusiva.

In questo momento storico di profondi cambiamenti, siamo tutti chiamati a contribuire alle sfide globali che ci attendono, fissate in particolare nei **17 obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite**.

L'ambizione è di essere oggi più che mai catalizzatori e promotori di sviluppo e cambiamento. La nostra **Missione Sostenibilità 2025** rappresenta l'insieme di impegni e azioni di sostenibilità definiti anche attraverso il dialogo con gli stakeholder, e traccia la strada da percorrere e condividere nei prossimi anni.





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Stakeholder engagement e temi di sostenibilità

Ogni anno ci interroghiamo su quali siano le tematiche di sostenibilità più significative su cui concentrare il nostro impegno, considerando la specificità del nostro business e le aspettative dei nostri stakeholder. In questo contesto, **l'ascolto interno ed esterno all'azienda rappresenta un momento prezioso e necessario** in quanto ci permette di aggiornare la matrice di materialità, e di raccogliere e integrare la prospettiva e le riflessioni dei portatori d'interesse all'interno della nostra strategia.

Anche quest'anno, partendo dagli esiti del processo condotto a livello di Gruppo, abbiamo elaborato un'indagine online volta ad attribuire una priorità alle tematiche di sostenibilità individuate, coinvolgendo:

10

Membri del Board



149

Dipendenti dell'azienda



CATEGORIE STAKEHOLDER:

- Clienti
- Comunità locali
- Consumatori
- Dipendenti
- Fornitori e partner
- Istituzioni
- Mercato
- Società civile

56

Stakeholder esterni, rappresentativi delle rispettive categorie di appartenenza

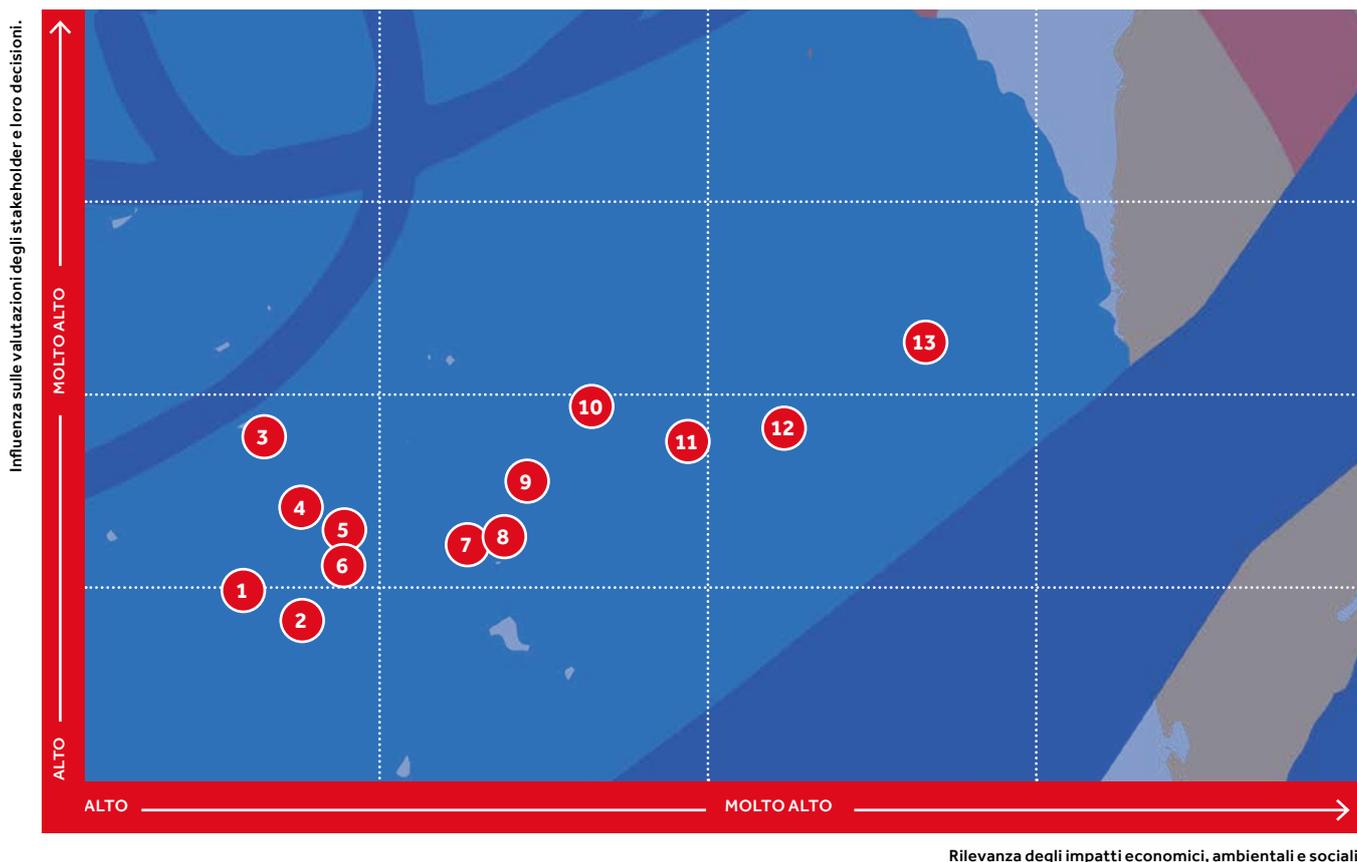
Di questi, **40** sono stati ascoltati in momenti dedicati attraverso interviste one-to-one



A CONTARE SONO I FATTI

MATRICE DI MATERIALITÀ

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



- | | |
|--|---|
| 1 Qualità del prodotto | 7 Cittadinanza d'impresa |
| 2 Benessere e nutrizione | 8 Approvvigionamento sostenibile |
| 3 Benessere ed engagement dei dipendenti | 9 Generazione e condivisione di valore* |
| 4 Governance responsabile* | 10 Diritti umani, inclusione e gestione della diversità |
| 5 Marketing e comunicazione responsabile | 11 Gestione responsabile dell'acqua |
| 6 Innovazione | 12 Cambiamento climatico* |
| | 13 Packaging e gestione dei rifiuti |

* La denominazione di questi temi materiali ha subito un lieve cambiamento in linea con la terminologia utilizzata a livello di Gruppo.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

PER UNA MIGLIORE GESTIONE DEI RISCHI

L'approccio alla gestione dei rischi legati all'attività dell'impresa e agli impatti che ne derivano è strettamente connesso alla rilevanza dei temi di sostenibilità e di protezione delle nostre persone e del nostro business.

Il nostro processo di gestione del rischio segue le linee guida del Gruppo, definite all'interno del programma **"Business Resilience - Enable growth & protect the business"**, con l'approccio metodologico denominato **"Smart Risk"**. L'approccio "Smart Risk" è adottato in tutti i nostri stabilimenti e nel 2021 è stato implementato anche nella Business Unit Lurisia, come effetto della sua incorporazione definitiva.

Questo ha permesso al Senior Leadership Team, responsabile in ultima analisi del sistema di gestione del rischio, di reagire in modo immediato e in tutti i settori aziendali alla sfida posta dai rischi generati dall'emergenza pandemica da Covid-19.

In parallelo, è proseguita l'analisi di esposizione al rischio della Società per garantire che i temi materiali e i principali rischi dell'azienda fossero gestiti in linea con gli obiettivi strategici, attraverso revisioni mensili per singola funzione, poi sintetizzati e presentati periodicamente al comitato direttivo (SLT) e trimestralmente ai responsabili di Gruppo.

In tabella viene presentata una **panoramica dei rischi più rilevanti per le nostre attività alla fine del 2021**, in relazione alle tematiche più significative emerse dall'analisi di materialità. Restituisce una valutazione della probabilità di accadimento e delle potenziali conseguenze dei principali rischi che possono riguardare l'azienda.

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

Approccio "Smart Risk"

L'approccio "Smart Risk" è adottato in tutti i nostri stabilimenti e nel 2021 è stato implementato anche nella Business Unit Lurisia, come effetto della sua incorporazione definitiva.





A CONTARE SONO I FATTI

L'APPROCCIO SMART RISK È STATO ADOTTATO IN TUTTI I NOSTRI STABILIMENTI NEL 2021

| RISCHIO | DESCRIZIONE | IMPATTO POTENZIALE | PIANO DI MITIGAZIONE | TEMA MATERIALE COLLEGATO |
|---|--|--|--|--|
| Emergenza Covid-19: sicurezza delle persone  | Rischio di contrarre il Covid-19 (Sicurezza di tutte le persone all'interno delle strutture aziendali) | Perdita di vite umane Interruzione del business | Piano prevenzione e sicurezza Osservanza delle disposizioni governative Piano di informazione e comunicazione Triage a 3 livelli in caso di contagio Regole distanziamento sociale, tracciabilità, controllo accessi Remote working | <ul style="list-style-type: none"> • Benessere ed engagement dei dipendenti • Generazione e condivisione di valore |
| Emergenza Covid-19: impatto sul business  | Effetti negativi sulla produzione e sulle vendite dovute al Covid-19 | Riduzione volume di vendita Difficoltà di approvvigionamento beni e servizi Blocchi distributivi | Osservanza dei decreti emessi dal governo Analisi continua della situazione sul mercato Mantenimento della relazione e del contatto con clienti e fornitori Strategie di mantenimento della market share Contenimento dei costi e riallocazione del budget disponibile Esplorazione canali di vendita alternativi | <ul style="list-style-type: none"> • Approvvigionamento sostenibile • Qualità del prodotto • Innovazione |
| Aumento costi energia e materie prime e relativo impatto inflattivo per i consumatori  | Effetti negativi sui costi di produzione e gestione del business | Difficoltà di approvvigionamento delle materie prime e più genericamente di beni e servizi Blocchi distributivi dovuti alla carenza di autisti nelle aziende di trasporto Riduzione del potere d'acquisto da parte del consumatore | Sviluppo di strategie di recovery insieme ai fornitori Analisi continua della situazione sul mercato Contenimento dei costi e riallocazione del budget disponibile | <ul style="list-style-type: none"> • Approvvigionamento sostenibile • Generazione e condivisione di valore |



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Riciclo dei packages



Implementazione delle nuove normative europee in termini di gestione e riciclo dei rifiuti e sul refillable

Implementazione di nuove tecnologie e procedure con aumento dei costi e complessità di processo

Confronto con le associazioni di categoria e le Autorità per evidenziare il contributo della nostra Azienda in tema di sostenibilità ambientale

- Packaging e gestione dei rifiuti
- Generazione e condivisione di valore
- Innovazione

Procedure di qualità per i nuovi prodotti

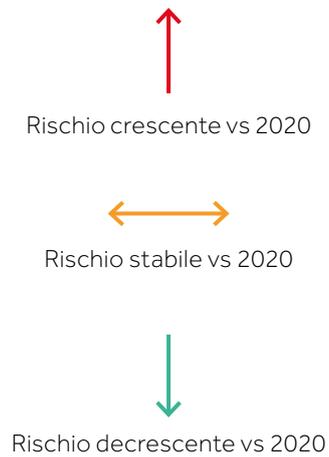


Validazione dei protocolli di qualità per i nuovi prodotti e packages

Qualità dei prodotti e sicurezza dei consumatori con impatto sulla reputazione aziendale

Implementazione delle procedure di validazione per ogni nuovo prodotto e package al fine di prevenire qualsiasi problema di qualità

- Qualità del prodotto
- Innovazione





AMBIENTE



AZZERARE LE EMISSIONI

Diminuire l'impatto ambientale

Il **100%**
di energia elettrica
acquistata dalla rete nel 2021
da Coca-Cola HBC Italia
provieniente da fonti rinnovabili

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

Preforme
al **100% rPET**
nello stabilimento
di Gaglianico

Tutti i nostri
packaging
riciclabili
al **100%**

Zero emissioni nette
lungo la catena del valore
entro il 2040 con
Net Zero By 40





A CONTARE SONO I FATTI

UNA RESPONSABILITÀ LUNGA UNA FILIERA

Operiamo nella piena consapevolezza che le questioni ambientali e climatiche rappresentino, oggi più che mai, una priorità nelle scelte d'impresa: abbiamo da tempo intrapreso un percorso che ci vede costantemente impegnati nel trovare soluzioni che riducano l'impatto delle nostre attività sull'ambiente.

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

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

Politica ambientale

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

Gestione responsabile delle acque

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

Posizione in tema di cambiamenti climatici

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

Gestione e riciclo degli imballaggi a fine vita

Migliorare le performance ambientali nel settore degli imballaggi e nella gestione post-consumo. Assumersi la responsabilità del materiale raccolto in qualità di membro delle organizzazioni per il recupero autorizzate.





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Obiettivo circolarità

Le sfide ambientali a cui le imprese sono chiamate a far fronte rendono necessario un ripensamento dei modelli di business: la transizione verso un **modello di economia circolare** rappresenta un obiettivo, nonché un impegno da mantenere in quanto soggetto attivo e responsabile della società e del sistema economico italiano.

In questo contesto, ci proponiamo come attori di primo piano nell'innescare un processo di innovazione virtuoso, aperto e continuo. È una missione che vogliamo condividere con tutti i protagonisti della filiera, a partire dai fornitori, passando per le università, fino ai clienti, alle comunità locali, alle organizzazioni non governative e al mondo dell'industria.

World Without Waste è la visione che a livello globale condividiamo con il nostro partner strategico The Coca-Cola Company, un percorso ambizioso e di lungo termine che abbiamo intrapreso con l'obiettivo di:

- **Rendere riciclabile tutto l'imballaggio primario entro il 2025, obiettivo che in Italia è già stato raggiunto**
- **Raccogliere e riciclare l'equivalente di una bottiglia o di una lattina per ciascuna di quelle vendute**
- **Utilizzare il 50% di materiale riciclato nei nostri imballaggi entro il 2030**

Per sostanziare l'impegno dichiarato abbiamo individuato una serie di obiettivi a medio termine che si inseriscono nel quadro più ampio di impegni di Missione Sostenibilità 2025 e definiscono la nostra responsabilità nei confronti del patrimonio naturale.



A CONTARE SONO I FATTI



**CICLO DI VITA
DELLA BEVANDA**

Segue >

SOSTENIBILI, DALL'ORIGINE

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

Gran parte dell'impatto ambientale ed economico delle nostre attività risiede nella fase di approvvigionamento delle materie prime, ed è per questo che prestiamo grande attenzione ai processi di fornitura, a partire dalla scelta responsabile della materia prima e dalla selezione etica dei fornitori.

L'acqua, alla base dei nostri prodotti, è la materia prima da cui derivano la qualità e la sicurezza delle bevande, oltre che fonte necessaria per la coltivazione degli ingredienti di origine agricola che adoperiamo.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Le materie prime

Utilizziamo responsabilmente la risorsa idrica facendo leva sulla policy "Il nostro approccio alla tutela delle acque" che ci guida nel limitare il nostro impatto sui bacini idrografici e nel ridurre il consumo d'acqua per litro di bevanda prodotta.

L'acqua utilizzata per la produzione delle bevande e per il funzionamento dei processi viene estratta dai pozzi presenti negli stabilimenti di Nogara, Oricola e Marcianise, costruiti seguendo rigidi criteri ingegneristici.

Per assicurare la sostenibilità delle risorse idriche e degli ecosistemi, richiediamo valutazioni sul rischio idrico e piani di protezione delle fonti di acqua per ogni sito di produzione.

Ogni anno in media vengono svolte circa **1.540 analisi chimico-fisiche e microbiologiche** per assicurare la conformità ad oltre 15.000 parametri.

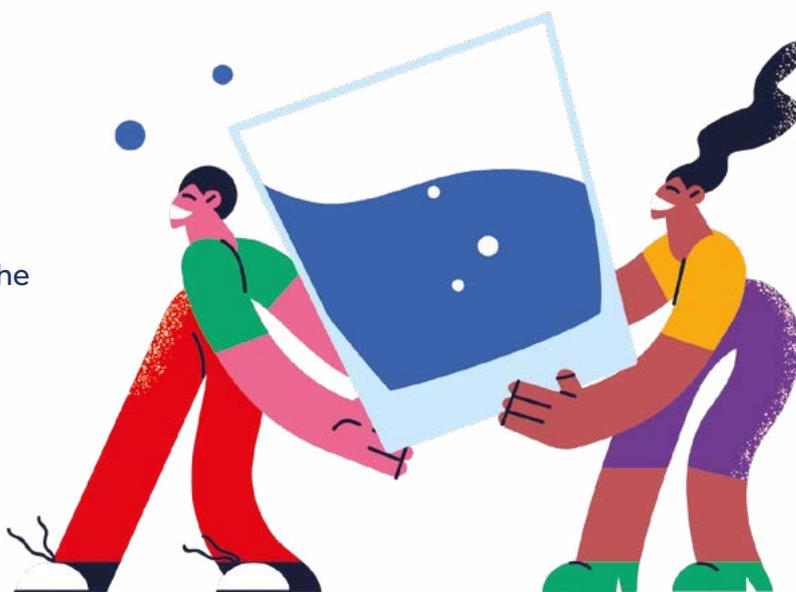
Nella selezione delle materie prime di origine agricola che contribuiscono alla produzione di alcune delle nostre bevande privilegiamo gli ingredienti coltivati nel rispetto dei principi dell'agricoltura sostenibile.

Nello specifico, dalla **filiera agrumicola del nostro Paese** scegliamo il succo 100% italiano di Fanta Original e quello delle "Arance Rosse di Sicilia IGP" per Fanta Aranciata Rossa Senza Zuccheri Aggiunti, a cui si è aggiunta nel 2020 Fanta Limonata Senza Zuccheri Aggiunti con Succo di Limone di Siracusa IGP, con la garanzia di qualità dei rispettivi Consorzi.

Anche Lurisia offre da anni bevande ispirate ad autentiche ricette della tradizione, con ingredienti e materie prime provenienti da aree rurali italiane associate alla sostenibilità ambientale e sociale.

1.540

analisi chimico-fisiche e microbiologiche per assicurare la conformità ad oltre 15.000 parametri



FUZETEA: SOSTENIBILE LUNGO TUTTA LA FILIERA

FuzeTea è la sintesi dei nostri impegni nella sostenibilità ambientale.

Prodotto negli stabilimenti di Nogara e Marcianise, il nostro tè è sostenibile lungo tutta la filiera. Viene prodotto con estratto di tè proveniente da fonti selezionate e coltivazioni certificate Rainforest Alliance, per un'agricoltura sostenibile che rispetta rigorosi criteri sociali e ambientali.

Tutti i pack di FuzeTea Pesca e Limone, inoltre, sono al 100% in plastica riciclata.

Infine, novità 2022, FuzeTea è il nostro primo brand con il tappo unito alle bottiglie per ridurne la dispersione nell'ambiente. Il nuovo tappo è presente sulle bottiglie PET da 40cl e 125cl di tutte le varianti di FuzeTea, con due anni in anticipo rispetto alla Direttiva Europea.



A CONTARE SONO I FATTI

I fornitori

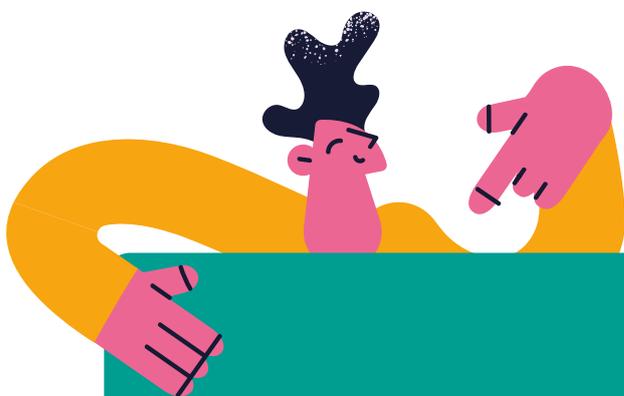
Consideriamo i fornitori compagni di viaggio nel percorso verso un modello di business sostenibile. Il loro modo di operare è fondamentale per la **creazione e il mantenimento di una catena di approvvigionamento sostenibile**: sin dai processi di selezione dei nostri business partner teniamo conto delle loro performance ambientali e sociali. Anche la localizzazione geografica ha un ruolo importante nelle nostre scelte: per supportare la crescita economica del territorio, privilegiamo il più possibile fornitori locali.

I **Principi Guida per i Fornitori** (Supplier Guiding Principles) sono il principale riferimento che disciplina i rapporti con la catena di fornitura: si tratta di uno strumento fondamentale per creare le condizioni necessarie per una conduzione delle attività ispirata ai principi del rispetto ambientale, sociale, dei diritti umani e delle leggi sul lavoro. Ai fornitori viene richiesto l'obbligo di conformità ai Principi, alle otto Convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro, e alle leggi locali in materia, oltre all'ottemperanza ai requisiti del D.Lgs. 231/2001 e all'adesione al Codice di Comportamento negli Affari adottato dalla Società¹.

Attraverso la **piattaforma ECOVADIS** abbiamo rafforzato il monitoraggio sui fornitori critici per quanto riguarda gli aspetti ambientali, mentre con la piattaforma di Gruppo **Exiger** presidiamo la due diligence in ambito anticorruzione.

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

Promuoviamo inoltre la collaborazione dei nostri fornitori con l'obiettivo comune di **minimizzare le emissioni di CO₂ in tutta la filiera produttiva, a partire dalla produzione di materie prime**. In fase di selezione il fornitore è tenuto a rispettare le "Specifiche per la fornitura di servizi di trasporto", un documento che è parte integrante dei contratti di logistica, che include la richiesta di utilizzare veicoli che rispettino lo standard EURO IV. La selezione tiene anche in considerazione le fonti di energia e le politiche energetiche adottate dal fornitore. È stato anche avviato un processo di razionalizzazione delle forniture volto a privilegiare i partner che offrono la possibilità di immagazzinare e consegnare i prodotti ottimizzando le distanze percorse e la quantità di merce trasportata.



NUMERO DI FORNITORI PER TIPOLOGIA

| TIPOLOGIA | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Technical services & ricambi | 238 | 243 | 269 |
| Materie prime | 115 | 103 | 120 |
| Trasporti | 127 | 121 | 151 |
| Marketing e servizi | 857 | 795 | 908 |
| Totale azienda | 1.337 | 1.262 | 1.448 |

NUMERO DI FORNITORI PER AREA GEOGRAFICA

| AREA | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|
| Nord | 763 | 763 | 877 |
| Centro | 150 | 120 | 151 |
| Sud | 195 | 154 | 167 |
| Estero | 229 | 225 | 253 |
| Totale azienda | 1.337 | 1.262 | 1.448 |

¹ Sono esclusi dalla sottoscrizione dell'obbligo di rispettare il Modello 231 e il Codice Etico di CCHBCI i soli studi legali, notarili e tributari e alcune società di consulenza con cui l'Azienda collabora.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

LA GESTIONE DEI BUSINESS PARTNER TRA EMERGENZA COVID-19 E CARENZA DELLE MATERIE PRIME

Anche nel 2021 abbiamo dovuto far fronte all'emergenza sanitaria, continuando a lavorare con tutti i fornitori per garantire l'applicazione delle direttive deliberate per contenere i contagi. A quella sanitaria si è aggiunta l'emergenza delle materie prime, che ha visto una scarsa reperibilità dei prodotti nel mercato nazionale e internazionale e una forte inflazione, generata da aumenti di prezzo senza precedenti. In questo contesto, abbiamo rafforzato ulteriormente la **collaborazione con i fornitori**, sviluppando piani di contingenza per garantire la continuità del business e, soprattutto, sostenendo quella parte di filiera maggiormente impattata dai costi, come quella dei trasportatori.

Abbiamo aggiornato i nostri contratti e adeguato le tariffe alla nuova situazione di mercato, ricercato nuovi partner e sviluppato punti di fornitura su numerose commodities, garantendo un **regolare rifornimento delle materie prime**: piani che si sono rivelati efficaci nell'evitare interruzioni delle attività, nell'assorbire i maggiori costi e nel dare supporto ai fornitori maggiormente in difficoltà.

Nonostante le criticità del business richiedessero interventi tempestivi e forte focalizzazione delle risorse, **abbiamo continuato a lavorare su progetti di medio-lungo periodo, legati alla nostra strategia di sostenibilità e innovazione**. Tutte le attività di fornitura del 2021 hanno contribuito efficacemente alla riduzione dell'impatto ambientale generato da imballi, al contenimento delle emissioni di CO₂, alla riduzione dei consumi di acqua e di energia attraverso una diminuzione dell'utilizzo di imballaggi in plastica. Sono inoltre stati introdotti materiali riciclati e promossi investimenti in macchinari e stabilimenti, come quello di Gaglianico, di nuova generazione e tecnologicamente avanzati.



A CONTARE SONO I FATTI



CICLO DI VITA
DELLA BEVANDA

Segue >

TRASFORMAZIONE E INNOVAZIONE

Le nostre bevande gassate sono il risultato di specifiche fasi di processo, basate su pochi principali ingredienti: acqua, concentrato, succo di frutta, zucchero, dolcificanti e CO₂ alimentare.

Tutto parte dall'acqua, precedentemente trattata e raffreddata per poter essere utilizzata nei processi produttivi, che viene addizionata con zucchero o dolcificanti senza calorie e trasformata così in sciroppo semplice, preparato in appositi serbatoi e successivamente filtrato per rimuovere eventuali impurità. Lo sciroppo semplice viene in seguito mescolato con il "concentrato" o con i vari "preparati base", che servono per la preparazione delle diverse bibite, diventando "sciroppo finito". Infine, viene aggiunta l'anidride carbonica, a cui si deve la caratteristica nota frizzante.

La bibita è a questo punto pronta per la fase successiva, ovvero l'imbottigliamento.

Proprio in questa fase di trasformazione, in cui la materia prima viene lavorata per ottenere i prodotti finiti, poniamo la più elevata attenzione nel massimizzare l'efficienza energetica ed idrica dei processi produttivi, in linea con la strategia del Gruppo.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Riduciamo le emissioni lungo tutta la filiera

Una maggiore efficienza nei processi e il contenimento delle emissioni a effetto serra sono gli obiettivi a cui tende la politica energetica che guida il nostro impegno nel ridurre l'impronta delle nostre attività. A questo, si affianca un progressivo percorso di innovazione tecnologica nel campo delle energie rinnovabili e assimilate.

Il 100% dell'energia elettrica che acquistiamo dalla rete proviene da fonti rinnovabili ed è certificata dalla Garanzia di Origine (GO), che ne attesta la produzione da impianti qualificati². In particolare, lo stabilimento di Rionero rappresenta il best performer a livello di Gruppo in termini di CO₂ emessa: anche nel 2021, oltre ad aver utilizzato il 100% di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, registra un minimo di 0,43 grammi di emissioni Scope 1 di CO₂ per litro di bevanda prodotto.

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

cogenerazione ad alta efficienza, che a partire dal metano producono contemporaneamente diverse tipologie di energia.

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

Anno dopo anno, ci impegniamo ad implementare soluzioni che contribuiscono ad un'ottimizzazione dei consumi energetici migliorando l'approccio nel contrasto ai rischi climatici: nel 2021 è stata conseguita la certificazione ISO 50001:2018 nello stabilimento di Rionero, terzo sito di imbottigliamento che raggiunge questo obiettivo, così come avvenuto nel 2019 ad Oricola e nel 2018 a Nogara.

Nel corso del 2021 l'intensità di emissione Scope 1 e Scope 2 Market Based si attesta a 23,6 gCO₂/lbp, registrando un calo del

45,4%

rispetto al valore del 2010

Il **100%** di energia elettrica acquistata dalla rete nel 2021 da Coca-Cola HBC Italia proviene da fonti rinnovabili

Il **75%** dell'energia totale utilizzata nel 2021 proviene da fonti rinnovabili e pulite³



² 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.

³ Viene considerata "energia rinnovabile e pulita" l'energia elettrica acquistata dalla rete prodotta da fonti rinnovabili certificata tramite Garanzie di Origine e l'energia acquistata o autoprodotta da impianti di cogenerazione ad alta efficienza energetica.



A CONTARE SONO I FATTI



NET ZERO BY 40

Net Zero By 40 è il programma con cui ci impegniamo a raggiungere zero emissioni nette lungo l'intera catena del valore entro il 2040. Il percorso per raggiungere questi obiettivi prevede:

- Investimenti come Gruppo HBC pari a 250 milioni di euro in iniziative di riduzione delle emissioni entro il 2025
- Un continuo processo di decarbonizzazione delle nostre operazioni dirette, passando al 100% di elettricità rinnovabile e a fonti energetiche a basse emissioni di carbonio attraverso continui miglioramenti e innovazioni
- Un'accelerazione del nostro viaggio verso un approccio più circolare e a basse emissioni aumentando l'uso di rPET, adottando opzioni riutilizzabili e prive di imballaggi, rimuovendo la plastica negli imballaggi secondari
- La fornitura ai clienti di frigovetrine ecofriendly
- La riduzione delle emissioni derivanti da ingredienti agricoli
- L'implementazione del programma "Green Fleet" per passare ad alternative ad emissioni di carbonio basse o nulle



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Priorità all'efficienza idrica

L'efficienza idrica è al centro dei nostri sforzi: è per noi cruciale migliorare l'utilizzo di acqua nelle attività di ogni stabilimento e ridurre il consumo in rapporto ai litri di bevanda prodotta: per questo promuoviamo continui investimenti in innovazione tecnologica.

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

Inoltre, **trattiamo il 100% delle acque reflue che derivano dalle attività produttive.**

In ottica di miglioramento e protezione della risorsa idrica, nel 2021 è stato deciso di modificare lo standard di certificazione passando da EWS ad AWS al fine di impegnarsi ulteriormente negli obiettivi di protezione del bacino idrico e avviare tavoli di discussioni e progetti con gli stakeholder locali.

Tutti gli stabilimenti sono stati certificati a **livello Gold con lo standard Alliance for Water Stewardship (AWS)**.

Il raggiungimento di questa certificazione si basa su 5 pilastri principali:

- **Comprendere dipendenze e impatti idrici**
- **Mitigare i rischi idrici operativi e della catena di approvvigionamento**
- **Assicurare l'esistenza di procedure e responsabili per l'acqua**
- **Costruire relazioni con gli stakeholder locali legati all'acqua**
- **Affrontare sfide condivise con altre parti interessate che si approvvigionano dallo stesso bacino idrografico**

1,54 l/lbp

intensità idrica nel 2021,
ridotta del 21% rispetto al 2010⁴



UNA GESTIONE RESPONSABILE A TUTTI I LIVELLI: I WATER CHAMPIONS

Un ulteriore impegno nella salvaguardia della risorsa idrica nei nostri stabilimenti di Marcianise, Oricola, Nogara e Fonti del Vulture si traduce nella creazione dei "water teams", gruppi composti da almeno tre persone incaricate di garantire l'approvvigionamento idrico monitorando i consumi e identificando al contempo progetti per il risparmio della risorsa, in ottica di costante miglioramento da un punto di vista di impatto ambientale. Ogni team è guidato da un "water champion", appartenente all'area Maintenance o QSE (Quality, Safety & Environment) e individuato dal management degli stabilimenti. La struttura di riferimento è "ufficializzata" sia all'esterno sia all'interno dei siti così da avere punti di riferimento chiari sul tema, ed è sempre in contatto con la funzione QSE centrale - sia con il Country QSE Manager sia con il Country Environmental Manager - che a loro volta hanno il compito di coordinare le attività e di segnalare rischi e opportunità al management.

⁴ Il valore relativo all'intensità idrica tiene in considerazione la sola acqua utilizzata ai fini produttivi.



A CONTARE SONO I FATTI

Qualità: il nostro biglietto da visita

L'elevata qualità è il fattore che contraddistingue da sempre le nostre bevande, perché possano incontrare pienamente le aspettative dei clienti e dei consumatori. **La sicurezza alimentare e il mantenimento dei più elevati standard di qualità dei prodotti sono punti fermi del nostro business.**

Nel 2021 tutti i processi produttivi italiani hanno superato con successo gli audit di certificazione volontaria di Qualità ISO 9001 e sicurezza alimentare FSCC22000.

L'attenzione alla sicurezza dei nostri prodotti è garantita anche lungo tutta la filiera produttiva, dalla qualità delle materie prime assicurata attraverso gli audit dei fornitori, fino alla casa del consumatore. La fase di sanificazione è fondamentale all'interno dei cicli produttivi: la pulizia degli impianti avviene tramite diversi agenti chimici e naturali (acqua) che assicurano la rimozione di residui di prodotti precedenti e la proliferazione di microrganismi.

La sicurezza e la qualità alimentare sono temi profondamente sentiti: sono il cuore delle attività produttive e il pilastro della cultura aziendale che va oltre il semplice rispetto delle normative e dei sistemi di gestione. Alla base di ogni attività c'è un principio di tolleranza zero nei confronti della non conformità in termini di sicurezza e qualità alimentare.

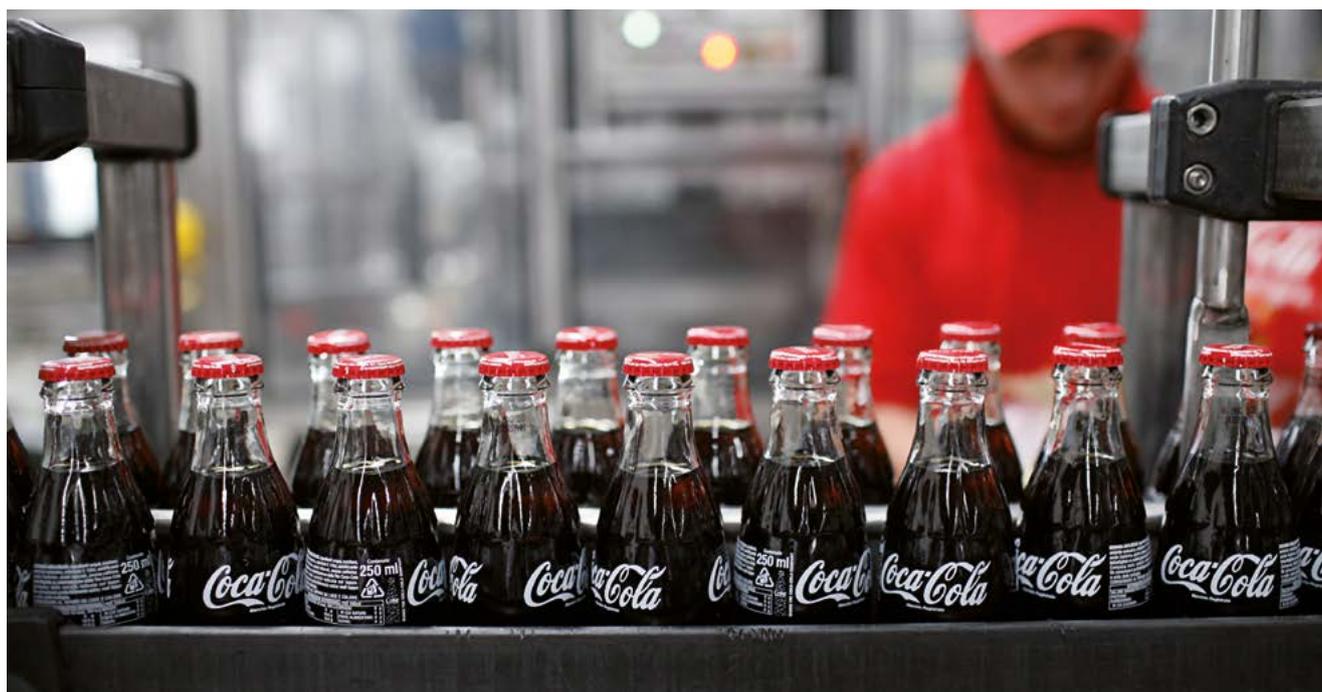
Crediamo che qualità, sicurezza e ambiente dipendano anche dalle competenze dei nostri dipendenti, per questo grande rilevanza è data alla formazione su questi aspetti.

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

Con l'obiettivo di rafforzare le competenze e le capacità dei dipendenti nel garantire la qualità e la sicurezza alimentare attraverso le loro mansioni quotidiane, nel 2021 è stato lanciato il programma di apprendimento **Quality Academy**, composto da format di formazione specifici per ogni tecnologia produttiva.

Nel corso dell'anno abbiamo completato il percorso di digitalizzazione dei parametri di processo: innovazione che ci assicura di ridurre la probabilità di potenziali difetti e abilita la gestione predittiva.

-13%
di reclami dai consumatori
rispetto al 2020





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

L'INNOVAZIONE PER L'EFFICIENTAMENTO DEI PROCESSI PRODUTTIVI

Innovare significa anche migliorare l'efficienza e l'efficacia complessive dei processi produttivi. Nel 2021, in linea con la strategia del Gruppo, sono proseguiti gli investimenti in nuovi macchinari e linee di produzione tecnologicamente avanzate, in grado di garantire risparmi energetici, idrici, di aria compressa e di emissioni di CO₂.

La refrigerazione nei processi di imbottigliamento è parte dei consumi energetici. Sostituire macchine di vecchia generazione con nuove tecnologie significa avere un consumo elettrico efficiente e quindi minori consumi e notevoli riduzioni di emissioni di CO₂. Il nostro Gruppo ha fatto investimenti significativi per utilizzare nei propri stabilimenti macchine più performanti o che necessitano di minore energia termica.

Nelle nuove linee sarà integrata la tecnologia manufacturing 4.0, un concetto di smart factory che include diversi aspetti: dalle nuove tecnologie che permettono una maggiore sinergia tra macchine, operatori e strumenti, ai servizi, ossia quelle "infrastrutture informatiche e tecniche" che permettono di integrare sistemi di diverse aziende, in ottica di sostenibilità ambientale e riduzione degli sprechi. Un esempio del manufacturing 4.0 sono gli smart glasses, che rendono possibile l'assistenza da remoto, evitando gli spostamenti dei tecnici specializzati, con forte impatto sulle emissioni di CO₂.

NUOVI COMPRESSORI AD ALTA EFFICIENZA

Presso gli stabilimenti di Nogara, Oricola e Marcianise, grazie ad un investimento di 700.000 euro, sono stati introdotti nuovi compressori ad alta efficienza per il soffiaggio delle bottiglie, che garantiscono una riduzione delle emissioni di CO₂ pari a circa 350 tonnellate all'anno.



COIBENTAZIONE DI TUBI E VALVOLE

Iniziato nel 2020, è proseguito anche nel 2021 il processo di coibentazione di tutti i tubi e valvole del vapore, che consiste nell'inserimento di un "insulation jacket" (cappotto termico) su tutti i tubi e valvole per ridurre la dispersione termica e quindi i consumi di metano e le emissioni di CO₂.



A CONTARE SONO I FATTI



CICLO DI VITA
DELLA BEVANDA

IMBOTTIGLIARE E RICICLARE

A questo punto la bibita è pronta per essere confezionata: viene quindi versata in decine di migliaia di contenitori perfettamente puliti e successivamente ermeticamente sigillati, etichettati, codificati e controllati ogni ora in moderni impianti automatici. Una volta riempite vengono divise secondo la destinazione: le bottiglie di vetro "a rendere" sono riposte in cassette, mentre quelle "a perdere", insieme alle bottiglie in PET, rPET e alle lattine, sono sistemate in confezioni multiple.

Nella fase di imbottigliamento è il packaging la risorsa principale su cui converge il nostro impegno. **Risorsa, appunto, e non rifiuto**, in quanto riciclabile e riutilizzabile più volte.

I continui investimenti per l'innovazione del packaging, la promozione di collaborazioni con le Università per individuare materiali alternativi, lo studio di soluzioni in grado di ridurre il peso degli imballaggi, e gli investimenti per ottimizzare costantemente le tecnologie utilizzate negli stabilimenti sono tutti strumenti con cui intendiamo essere innovatori in questa parte di processo.

99,8%

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



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE



INNOVAZIONE SUL FRONTE LATTINE

Le nostre linee di produzione, nel 2021, hanno beneficiato degli investimenti tecnologici avvenuti nello scorso anno, ottenendo importanti risultati su più fronti: l'innovativa macchina per il riempimento delle lattine alla temperatura di 18°C installata nello stabilimento di Marcianise ha ottenuto importanti risultati sull'efficiamento dell'acqua e dell'energia consumata, con una conseguente riduzione degli indici di intensità idrica ed energetica.

Da rifiuto a risorsa

Tutte le nostre bottiglie e lattine sono riciclabili al 100%: se smaltite correttamente possono avere nuove vite e contribuire a ridurre così l'impiego di materie prime e le emissioni di CO₂. Inoltre, prosegue il nostro impegno in attività di ricerca e sviluppo per identificare nuove soluzioni che ci permettano di ridurre e ottimizzare il peso e il volume degli imballaggi. Siamo impegnati in attività di sensibilizzazione rivolte ai consumatori con l'obiettivo di coinvolgerli a fare la propria parte nel processo di circolarità dell'economia e riciclare i prodotti post consumo: ci impegniamo a sostenere un'economia circolare per le confezioni di plastica e lo facciamo su diversi livelli. Sono quattro le azioni su cui ci siamo concentrati a livello di packaging:

1

UTILIZZO DI rPET (PET RICICLATO)

2

ECO-DESIGN

3

IL PACKAGING SECONDARIO: KEELCLIP™

4

FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE: DIPENDENTI E COMUNITÀ LOCALI



A CONTARE SONO I FATTI

1

UTILIZZO DI rPET (PET RICICLATO)

Utilizziamo il PET (polietilene tereftalato) per le nostre bottiglie, materiale riciclabile più volte: **le bottiglie in PET, se correttamente conferite dopo l'utilizzo, possono trasformarsi in rPET e avere una seconda vita.**

Nel 2021 Coca-Cola ha introdotto sul mercato italiano **bottiglie realizzate con il 100% di plastica riciclata (rPET)**, tappo ed etichetta esclusi, confermando l'impegno verso un'economia circolare e facendo un ulteriore passo avanti nel ridurre l'utilizzo di materie prime.

Le bottiglie realizzate con il 100% di plastica riciclata sono quelle dei prodotti Coca-Cola, Coca-Cola Zero Zuccheri, Coca-Cola Senza Caffeina, Coca-Cola Gusto Limone Zero Zuccheri da 330ml, 450 ml e 660 ml, Fanta Original, Fanta Senza Zuccheri Aggiunti, Sprite da 450 ml e 660 ml e FuzeTea Pesca e Limone da 400 ml e 1,25 L.

Per rendere ancora più condiviso questo impegno, è stata creata un'edizione speciale della bottiglia da 450ml di Coca-Cola Original Taste con il messaggio **"Riciclami Ancora"**, un invito per sensibilizzare e incoraggiare i consumatori al riciclo.





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

LA RINASCITA DELLO STABILIMENTO DI GAGLIANICO (BI)

Una grande novità è l'investimento di oltre 30 milioni di euro per la riapertura dello stabilimento di Gaglianico, a Biella. È l'investimento più importante in sostenibilità nella storia del Gruppo Coca-Cola HBC, a conferma dell'impegno e del contributo dell'azienda allo sviluppo industriale dell'area biellese. Il sito si estende su una superficie complessiva di 18.000 m² alimentata al 100% con energia da fonti rinnovabili.

Grazie alle più avanzate tecnologie del settore, lo stabilimento diventerà un innovativo impianto capace di trasformare fino a 30.000 tonnellate di PET all'anno in nuove preforme in 100% rPET (PET riciclato) che, attraverso il processo di soffiatura, diventeranno bottiglie per le nostre bevande.

Il piano di avvio è articolato in due fasi: una prima fase in cui lo stabilimento attiva il processo di trasformazione della resina, sia di PET vergine sia riciclato, in preforme che diventeranno bottiglie; una seconda fase in cui il sito raggiungerà la piena operatività realizzando internamente anche la resina di rPET, che diventerà così l'unica resina utilizzata all'interno dello stabilimento.

Questo investimento è un'altra azione concreta per rispondere alle richieste della Direttiva Europea sulla Plastica Monouso (cosiddetta Direttiva SUP).





A CONTARE SONO I FATTI

2

ECO-DESIGN

Ci impegniamo nella riduzione costante del packaging primario per ottimizzare il peso e il volume degli imballaggi, attraverso la tecnica della **“sgrammatura”**, o **“lightweighting”**: negli anni il peso delle bottiglie è diminuito sensibilmente (-45,7%), con una conseguente riduzione del PET utilizzato.

Inoltre, quest'anno abbiamo rinnovato il nostro impegno nell'ottimizzazione della qualità del PET in circolazione eliminando il colore verde dalle bottiglie di Sprite, una soluzione già introdotta nel 2019 sulle bottiglie di Fanta Original, che rende il PET più facilmente riciclabile in nuove bottiglie trasparenti.



Negli ultimi 10 anni abbiamo ottenuto importanti risultati con le nostre bottiglie*:

-20% PET

-28% vetro

-15% alluminio

-27% plastica nei tappi

* Dati relativi ai formati più rilevanti in termini di volumi.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

3

IL PACKAGING SECONDARIO: KEELCLIP™

Abbiamo lavorato anche sul packaging secondario, quello non a stretto contatto con il prodotto, con **KeelClip™**, un innovativo sistema di imballaggio, in **carta FSC** proveniente da filiera responsabile e **100% riciclabile**, che permette di eliminare completamente l'involucro in plastica dalle confezioni multiple di lattine.

Il sistema è costituito da una copertura superiore in cartone che si aggancia (clip) alle lattine e una parte centrale che stabilizza tutta la confezione, come la chiglia di un'imbarcazione (keel). Questa tecnologia rappresenta un ulteriore passo verso confezioni sempre più sostenibili, e **consente di risparmiare 450 tonnellate di plastica all'anno**.





A CONTARE SONO I FATTI

4

FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE: DIPENDENTI E COMUNITÀ LOCALI

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



UPCYCLE DIGITAL
è una piattaforma digitale per sensibilizzare gli alunni delle scuole secondarie italiane sui temi dell'economia circolare e promuovere buone pratiche legate alla raccolta differenziata. Il progetto è stato realizzato in ottica di didattica a distanza, in collaborazione con CivicaMente, società specializzata nell'uso della tecnologia digitale per l'educazione e la formazione, con il Consorzio Nazionale Imballaggi (CONAI) e con i consorzi titolari della raccolta e il riciclo di vetro, plastica e alluminio a livello nazionale. Upcycle Digital permette un'esperienza di apprendimento immersiva in 10 ambienti virtuali, con 100 focus contenutistici diversi. Inoltre, i giovani utenti hanno l'opportunità di testare le competenze acquisite partecipando a una competizione che premia sia gli studenti più preparati sia i loro istituti di appartenenza con notebook, tablet e lavagne interattive LIM di ultima generazione.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE



In occasione del lancio delle bottiglie in 100% rPET è stato ideato il progetto **"Collection Tour"**: durante i fine settimana di agosto nel 2021 abbiamo promosso un **piano spiagge** lungo le coste di Lignano, Viareggio, Gallipoli e Mondello, dove i nostri animatori hanno invitato i consumatori a smaltire correttamente le bottiglie in PET così che potessero tornare a nuova vita.



L'iniziativa di recupero delle lattine lungo le spiagge della Calabria **"Nei parchi marini Calabria... ogni lattina vale"**, organizzata con **CIAL (Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio)** e **Ente Parchi Marini della Calabria**, ci ha portati nelle strade, nelle piazze e lungo le spiagge di 11 comuni dell'area dei Parchi Marini calabresi con l'obiettivo di sensibilizzare residenti e turisti sull'importanza dell'economia circolare e per recuperare le lattine in alluminio vuote così che possano avere una nuova vita.



Per la prima volta, lo stabilimento Coca-Cola HBC Italia di Marcanise ha fermato la produzione per un giorno per permettere a 100 dipendenti di partecipare, su base volontaria durante l'orario di lavoro, ad una giornata di volontariato aziendale di sensibilizzazione sulla cura dell'ambiente e di pulizia delle spiagge di Mondragone (CE). L'iniziativa rientra nel progetto **"Blue Activities"**, ideato e realizzato da Marevivo con il supporto non condizionato di The Coca-Cola Foundation, che negli ultimi anni ha visto l'Associazione ambientalista impegnata in numerose azioni di pulizia del litorale italiano, coniate ad attività di educazione all'ambiente e alla sostenibilità.





A CONTARE SONO I FATTI

RiVending

PET



“**RiVending PET**”, il progetto di raccolta selettiva delle bottiglie in PET presenti nei distributori automatici, promosso da Confida (Associazione Italiana Distribuzione Automatica), Corepla (Consorzio Nazionale per la Raccolta e il Recupero degli Imballaggi in Plastica) e UnionPlast (Unione Nazionale Industrie Trasformatrici Materie Plastiche - Federazione Gomma Plastica). Grazie a questa collaborazione, accanto ai distributori automatici in 700 aree break su tutto il territorio italiano, sono stati posizionati speciali contenitori per separare le bottiglie in PET dopo l'uso e facilitare così il riciclo in nuove bottiglie in PET riciclato (rPET), abituando il consumatore ad un conferimento corretto e consapevole. Questo progetto risponde alle richieste della Direttiva Europea sulla Plastica Monouso.



Alle iniziative di sensibilizzazione ed educazione si aggiunge “**Let's Talk About Sustainability**”, il progetto interno all'azienda che ha coinvolto oltre 1000 colleghi in momenti di formazione e aggiornamento sulla Mission Sustainability con un focus sui principali risultati e obiettivi a livello di packaging.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE



CICLO DI VITA
DELLA BEVANDA

DALLA FABBRICA AL CONSUMATORE

Le materie prime sono state reperite e gli ingredienti assemblati, la bevanda plasmata attraverso diversi processi di lavorazione e infine imbottigliata: è il momento della distribuzione, fase in cui il prodotto finito viene portato dalla fabbrica al cliente. Sono in gioco diversi attori, dai distributori ai magazzini che costituiscono un punto nevralgico, dai retailer alle piattaforme digitali: tutti operano sinergicamente per assicurare la corretta consegna ai consumatori.

Il nostro impegno in questa fase mira a conciliare un continuo supporto ai clienti con la necessità di minimizzare l'impatto sull'ambiente, programmando nel modo più efficiente possibile le operazioni di logistica e gli itinerari di distribuzione.

Ora il prodotto è giunto nelle mani dei consumatori: lavoriamo perché le nostre bevande siano sempre una garanzia di qualità e perché rappresentino anche nel consumo e nella comunicazione i nostri valori di responsabilità.

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



A CONTARE SONO I FATTI

Eco-logistica

Con l'intenzione di rendere gli spostamenti sempre più efficienti e ridurre le emissioni di gas climalteranti a questi connessi, ci siamo focalizzati **sull'ottimizzazione della gestione dei flussi di trasferimento tra i diversi poli produttivi**. Sulla base dell'analisi dei dati, abbiamo implementato una serie di azioni volte a prevenire i percorsi meno funzionali: ne è conseguita una riduzione in numero di camion pari a 921 trucks che in percorrenze è stimata in 251.419 chilometri, e di conseguenza un proporzionale risparmio di 180 tonnellate di CO₂ equivalente⁵. Sempre in quest'ottica, abbiamo abbinato il viaggio di ritorno al viaggio di consegna attraverso la modalità round trip che ha permesso un'ulteriore diminuzione della percorrenza di 529.183 chilometri, per un totale di 353 tonnellate di CO₂ equivalente risparmiate⁶.

180

tonnellate di CO₂e risparmiate grazie all'ottimizzazione dei trasferimenti tra i siti produttivi

353

tonnellate di CO₂e risparmiate grazie all'abbinamento contestuale del viaggio di andata al viaggio di ritorno

RIPENSARE ALLA LOGISTICA

Nel corso del 2021 abbiamo dovuto fronteggiare la crisi dell'autotrasporto che, a livello nazionale e internazionale, ha comportato una carenza della capacità di trasporto del 30%, causata dall'insufficienza di autotrasportatori in Italia e in Europa, da uno sbilanciamento tra domanda e offerta e dall'aumento dei principali processi produttivi.

In questo contesto abbiamo attivato un complesso e multidirezionale piano di contingenza volto a un recupero di efficienza operativa e di processo, favoriti da una importante cooperazione cross funzionale interna e dalla collaborazione esterna lungo tutta la filiera (provider logistici, vettori, customers).

- 50%

delle emissioni di CO₂ dell'intero parco auto entro il 2030



Promuoviamo l'utilizzo da parte dei nostri fornitori di modalità di trasporto e mezzi volti a minimizzare l'impatto ambientale:

- Utilizzo di intermodale ferroviario sulle tratte Nogara-Bari e Rionero-Nogara con un risparmio di **180 tonnellate di CO₂e** e un ulteriore piano di incremento sulle tratte tra i nostri stabilimenti per il 2022.
- Progetto pilota riguardante **l'utilizzo di motrici elettriche** per le consegne di ultimo miglio sulla città di Roma.

Continua l'impegno dell'azienda nel progetto **"Green Fleet"**, il programma che pianifica la graduale conversione dell'attuale flotta auto da benzina e diesel a ibrido, elettrico o gas, con un piano che consentirà di **ridurre entro il 2030 il 50% delle emissioni di CO₂ dell'intero parco auto**.

⁵ Considerando le emissioni well-to-wheels

⁶ Riduzione calcolata tramite lo strumento web promosso da ECR Italia Ecologico



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE



PARTNERSHIP PER NUOVE SOLUZIONI

Nel 2021 abbiamo avviato in collaborazione con il **Politecnico di Milano** e **Confindustria Verona** un innovativo progetto per introdurre un sistema avanzato di pianificazione attraverso la creazione di un **algoritmo "predittivo"**: grazie all'utilizzo dell'intelligenza artificiale, il sistema sarà in grado di tradurre la previsione della domanda in una previsione di trasporto, così da comunicarlo in anticipo al trasportatore.

Gli obiettivi principali sono due: la **diminuzione delle emissioni di CO₂** e la **definizione di una soluzione alla crisi dei trasporti**, ormai una vera e propria emergenza in Italia. Questo porterà benefici sia all'azienda sia alle compagnie che forniscono questo servizio, con una più efficace programmazione della flotta, una riduzione dei chilometri a vuoto e una maggiore capacità garantita.

Al fresco, in modo sempre più sostenibile

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

Il Gruppo ha inoltre sostenuto investimenti in efficienza energetica, promuovendo una nuova generazione di frigovetrine, **oggi il 67% di quelle sul mercato, che permette di ridurre il consumo di elettricità e di usare refrigeranti che non danneggino l'atmosfera**. Nel 2021, l'investimento in nuove frigovetrine, **8.300 unità**, ha permesso di risparmiare, rispetto a quelle tradizionali, **13 milioni di kWh di energia elettrica in valore assoluto**. Lavoriamo sempre per integrare le tecnologie più innovative in ogni campo: grazie alla nuova tecnologia **"Connected Coolers"** il nostro team commerciale, dotato di iPad, è in grado di valutare informazioni sullo stato di funzionamento delle frigovetrine in termini di controllo temperatura e utilizzo.

67%

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

8.300

cooler ecofriendly introdotti nel mercato nel 2021



LAVORO



ALLARGARE GLI ORIZZONTI

Avvicinare i talenti

L'ascolto delle persone:

il nostro punto di partenza

Top Employers Italia

per il 6° anno consecutivo

**12 giorni
di smartworking**

al mese post emergenza
Covid-19

Avviato il percorso

"Zero is possible"

per raggiungere
gli zero infortuni

Circa **60.000**

ore di formazione

erogate





A CONTARE SONO I FATTI

LE PERSONE, LA NOSTRA RISORSA PIÙ PREZIOSA

Le persone sono il **motore della nostra crescita**: rendono possibile lo sviluppo stesso dell'azienda, mantenendola competitiva nel tempo grazie alle loro capacità e competenze. Ogni giorno ci adoperiamo per garantire ai nostri dipendenti un luogo di lavoro stimolante, inclusivo e sicuro, con una vision aziendale volta al futuro in cui tutti possano riconoscersi. Sono tre i pilastri nei quali si concretizza il nostro approccio.

3 PILASTRI





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Nell'accompagnare le persone nella loro **crescita professionale**, cerchiamo di valorizzare le peculiarità di ciascuno, in modo da creare le condizioni affinché tutti possano esprimere al meglio il proprio potenziale. In quest'ottica, abbiamo impostato un sistema di **feedback e valutazione delle performance** integrato e multidimensionale, rivolto a tutte le funzioni.

Un indicatore fondamentale per la sostenibilità dei nostri piani di successione di carriera è quello che chiamiamo Change Leaders' Bench Strenght, che misura la consistenza della "linea di successione" per quelle posizioni che sono considerate chiave in azienda.



Per il **6° anno consecutivo**

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



Le competenze per rafforzare la crescita

Consideriamo la formazione e lo sviluppo continuo fra gli elementi essenziali di un modello di crescita di successo. Con questo fine, dal 2017 abbiamo adottato la piattaforma **HELO** (dall'inglese Hiring, Empowering and Learning Online), che consente di rafforzare le competenze di ognuno grazie ad un approccio diversificato e su misura. La piattaforma risponde alle esigenze di ogni dipendente nel suo percorso di crescita, con la possibilità di scegliere tra oltre 1.500 contenuti di training.

A partire da quest'anno abbiamo istituito il **Fondo Nuove Competenze**, che ha permesso di erogare oltre **200 corsi** a più di **1.600 dipendenti**, con il coinvolgimento di 22 Ambassador provenienti da tutte le funzioni aziendali.

Un focus particolare è stato dedicato alla **formazione linguistica** (nello specifico l'approfondimento della lingua inglese), con oltre **3.000 ore di formazione**, per favorire una comunicazione transculturale efficace con gli altri Paesi del Gruppo e supportare lo sviluppo di progetti cross-country.

59.465

totale ore di formazione erogate nel 2021

+200 corsi

+1.600 dipendenti coinvolti grazie al Fondo Nuove Competenze

Nel corso del 2021 abbiamo erogato ai nostri dipendenti **oltre 59.000 ore di formazione**, il totale più alto registrato dal 2017 ad oggi.





A CONTARE SONO I FATTI

I nostri progetti di formazione e sviluppo

FAST FORWARD PROGRAM

Dedicato ai dipendenti ad alto potenziale, si tratta di un **percorso di accelerazione** strutturato su diversi livelli con l'obiettivo di rafforzare la leadership dei partecipanti. Il percorso, che è stato svolto in modalità mista, digitale e in presenza, ha coinvolto 31 risorse.

All'interno del programma FFW, nel 2021 è stato lanciato in collaborazione con Autogrill SpA "**Leaders on the Move**", con l'obiettivo di creare spazi e momenti di confronto tra i talenti delle due aziende. Sempre in quest'ambito, sono state organizzate ulteriori iniziative in collaborazione con altri partner e clienti, che hanno permesso di approfondire modi di pensare e agire diversi.

INTERNAL COACHING E INTERNAL MENTORING PROGRAM

Durante tutto l'anno i dipendenti hanno avuto la possibilità di prenotare sessioni di mentoring e coaching attingendo da un pool di 325 Mentori e 94 Coach interni certificati provenienti da tutti i Paesi del Gruppo. Le sessioni sono finalizzate a supportare lo sviluppo personale, riflettere sulle proprie aspirazioni e sbloccare il proprio potenziale inespresso. Inoltre, nel 2021 è proseguito il programma interno finalizzato ad ottenere la **certificazione da coach**.

OPPORTUNITY MARKETPLACE

Anche nel 2021, per il secondo anno consecutivo, è proseguito Opportunity Marketplace, una **piattaforma digitale** per favorire lo sviluppo di competenze sempre più trasversali. La piattaforma consente infatti di proporre o partecipare a progetti di breve durata cross-funzionali e cross-country: ogni dipendente può lanciare un'idea su qualsiasi tema inerente al business e i colleghi possono candidarsi per far parte di un team temporaneo che realizzerà quel determinato progetto.

Nel 2021 sono stati pubblicati 82 nuovi progetti a livello di Gruppo e oltre 1.500 colleghi hanno aderito all'iniziativa da tutti i Paesi.





MULTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

FORMAZIONE COMMERCIALE

La formazione commerciale rappresenta un elemento centrale e strategico per l'azienda. È gestita da una squadra di 12 trainer specializzati nel **coaching on the job** e in attività formative in aula, con l'obiettivo di sviluppare e aggiornare le tecniche di vendita e negoziazione.

Il team è sempre alla ricerca di modalità formative alternative, orientate in particolare al digital learning e alla formazione sul mercato. In questo contesto, nel 2021, abbiamo inaugurato la **Sales Academy**, iniziativa rivolta a tutti i profili commerciali dell'azienda, a partire dai Market Developer, Channel Developer e TeleSeller, sia colleghi neoassunti sia colleghi già "in forza", che prevede attività di formazione online e offline e momenti di condivisione di best practice.

Un'esperienza completa di crescita che permette ai partecipanti di migliorare le proprie competenze commerciali e di leadership, con il conseguimento di certificazioni in base alle performance e alle conoscenze dimostrate nel proprio ruolo.



OPERATOR DEVELOPMENT PROGRAM

Inaugurato nel 2020, è proseguito anche nel corso dello scorso anno l'Operator Development Program, un processo di Gruppo atto a **sviluppare e consolidare le competenze**, sia tecniche che comportamentali, dei nostri operatori di linea. L'obiettivo del programma è di aumentare l'engagement e la partecipazione attiva dei nostri dipendenti all'interno degli stabilimenti, e soprattutto, di trarre vantaggi competitivi legati alla riduzione di scarti, costi e tempi di cambio formato, stimolando anche l'innovazione di processo.

RISE MANAGEMENT TRAINEE PROGRAMME

Il programma nasce con l'obiettivo di attrarre giovani talenti attraverso un percorso di **sviluppo e di formazione personalizzato** della durata di due anni ed è rivolto a studenti universitari e a giovani laureati, con la previsione di un inserimento a tempo indeterminato in azienda.

I partecipanti sperimentano così l'opportunità di crescere e imparare sul campo, anche attraverso il coordinamento di **progetti cross-funzionali**. Nel 2021 sono state coinvolte 5 risorse (3 in Sales e 2 in Supply Chain).



A CONTARE SONO I FATTI

COINVOLGIMENTO E BENESSERE DELLE PERSONE AL PRIMO POSTO

Un luogo di lavoro attrattivo è un ambiente dove i bisogni delle persone sono ascoltati con attenzione e il loro benessere considerato come un fattore fondamentale.

Si tratta di due punti di partenza cruciali, volti a creare un senso di comunità e di coesione che si riflette nella solidità e nella crescita del business.

Per noi le persone sono una risorsa unica, la cui voce viene sempre ascoltata e valorizzata: in questi due anni di crisi sanitaria è stato intensificato il nostro sforzo di coinvolgerle e di far sentire il nostro supporto.

Anche nel 2021 abbiamo lanciato tre **Pulse Survey**, incentrate su aspetti legati al Covid-19, che hanno coinvolto tutta la popolazione aziendale.

L'obiettivo è stato comprendere come le nostre persone stessero vivendo il momento, e di quale ulteriore supporto avessero bisogno, a seconda delle diverse modalità di lavoro (mercato, stabilimento, casa). A queste si è aggiunta **"MyVoice 2021"**, la nostra Culture & Engagement Survey, interamente dedicata ai nostri dipendenti che sono stati invitati ad evidenziare i punti di forza e le aree di miglioramento dell'azienda.

Sulla base dei risultati emersi, abbiamo definito una serie di azioni per rispondere prontamente alle esigenze emerse, sia specificamente legate al contesto di emergenza, sia più ampie e strutturali.

LE PRINCIPALI INIZIATIVE PER I DIPENDENTI

Supporto psicologico

Per sostenere il benessere psico-fisico delle nostre persone, abbiamo messo a disposizione un supporto competente a distanza, in grado di offrire ai dipendenti uno **spazio di ascolto** personale e dedicato, in cui condividere pensieri ed essere supportati nella gestione delle emozioni, anche a seguito della situazione di difficoltà vissuta con la pandemia.

EAP

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

Copertura assicurativa sanitaria dedicata

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

Sessioni di training sul benessere psicofisico

Nel corso del 2021 oltre 300 manager sono stati coinvolti in otto sessioni di training sul benessere psicofisico, tenute da una professionista esterna, ricevendo consigli utili per salvaguardare il benessere del team e riconoscere i segnali di malessere. Inoltre, per tutti i dipendenti è stata creata una sezione nella intranet aziendale appositamente dedicata alla sensibilizzazione sull'importanza del benessere psicofisico.

Vaccini anti-influenzali

Abbiamo messo a disposizione dei dipendenti operanti in Lombardia vaccini anti-influenzali gratuiti.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

UNA MODALITÀ DI LAVORO FLESSIBILE: IL NOSTRO APPROCCIO ALLO SMART WORKING

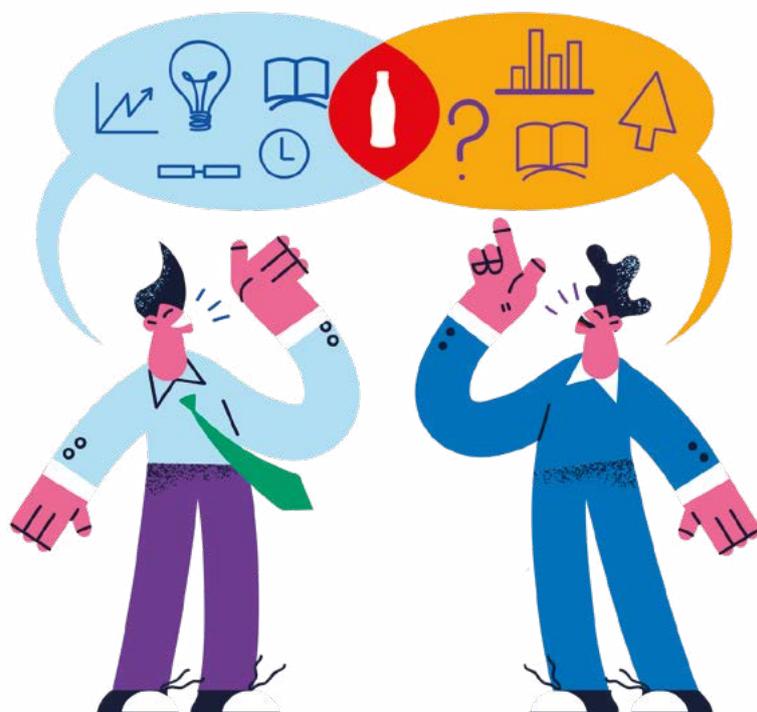
Già dal 2017, per favorire il bilanciamento tra vita privata e vita lavorativa, i nostri dipendenti avevano la possibilità di usufruire di 7 giorni al mese di remote working, grazie anche alla fornitura di tutti gli strumenti necessari a lavorare da casa, quali PC e telefoni aziendali. A partire dalla fine dello stato di emergenza, a marzo 2022, è stato esteso lo smart working fino ad un **massimo di 12 giorni** al mese di remoto. Inoltre, con la **monotimbratura**, introdotta nel 2013, è possibile timbrare il cartellino solo in ingresso o in uscita dall'azienda, permettendo alle persone di poter organizzare la giornata lavorativa sulle base delle esigenze personali. Con l'obiettivo di gestire il lavoro da casa, diventato predominante nel corso degli ultimi due anni, l'azienda ha pubblicato il **Galateo dello Smart Working**: le linee guida si concentrano sulla corretta gestione e organizzazione delle riunioni, sui comportamenti da adottare o da evitare durante le video-call e sugli orari preferibilmente da rispettare.

CONOSCENZE E COMPETENZE DIFFUSE

Facilitare lo **scambio** di esperienze, condividere conoscenze e abilità: si tratta di parole d'ordine che ci guidano in tutti i processi di gestione delle persone.

In quest'ottica un ruolo importante è rivestito dal **Performance for Growth (P4G)**, processo di valutazione che consente una continua e multidirezionale condivisione di feedback, obiettivi e performance. Lo strumento si inserisce all'interno del piano strategico di Gruppo **Growth Story 2025**, volto a valorizzare il potenziale di tutti i dipendenti per supportare crescita e competitività.

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





A CONTARE SONO I FATTI

DIRITTI UMANI E INCLUSIONE

Lavoriamo ogni giorno per creare un ambiente di lavoro nel quale non ci siano disparità e barriere, e in cui ciascuno possa sentirsi libero di esprimere la propria autenticità. Genere, età, provenienza, credo politico o religioso, scelte personali, abilità: sono tutti segni dell'unicità di ognuno, che vogliamo valorizzare e rendere un punto di forza. Ci guida nel nostro impegno la **Policy sui Diritti Umani** di Coca-Cola HBC, ispirata ai più alti principi contenuti nei principali documenti internazionali in merito ai diritti dell'uomo. La Policy pone le basi per impegnarsi a prevenire, individuare e impedire qualsiasi violazione dei diritti umani nell'ambito della nostra attività d'impresa, attraverso appositi processi di due diligence e conformità preventiva in materia.

In linea con le indicazioni del Gruppo sono state definite le procedure che consentono ai dipendenti di segnalare comportamenti ritenuti in contrasto con le leggi o gli usi, di esprimere dubbi sulla policy aziendale o di segnalarne eventuali violazioni.

I dipendenti possono effettuare le proprie segnalazioni, anche in modo anonimo, con diverse modalità: coinvolgendo il responsabile della funzione o l'Ethics and Compliance Officer oppure contattando il Dipartimento di Internal Audit e in particolare il COBC (Code of Business Conduct) Manager.

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

Nel pieno rispetto della Policy adottata, nel corso del 2021 non sono state registrate segnalazioni per violazioni relative ai diritti umani. In linea con la Convenzione ILO n. 138 rispettiamo inoltre le normative locali sull'età minima per il lavoro e non assumiamo dipendenti minori di 18 anni per posizioni in cui siano previste mansioni pericolose, come da Convenzione ILO n. 182.



0

violazioni relative ai diritti umani
nel corso del 2021



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

RELAZIONI INDUSTRIALI

Il nostro sistema di relazioni industriali è basato sul **coinvolgimento delle principali Organizzazioni Sindacali** nei vari aspetti della vita aziendale, anche attraverso il confronto con i Comitati di indirizzo dell'Industria Alimentare e gli Enti bilaterali di settore. Teniamo confronti regolari e strutturati con le Organizzazioni Sindacali sui temi della **legislazione del lavoro** e della **contrattazione collettiva**, oltre che sugli **accordi integrativi** di secondo e terzo livello: esiste dunque un sistema di relazioni articolato, non solo in ordine al CCNL, ma anche per gli accordi integrativi aziendali che disciplinano specifici aspetti del rapporto di lavoro, quali le politiche per le pari opportunità, il welfare aziendale, l'utilizzo di forme flessibili di lavoro come il telelavoro o lo "smart working" affinché si possano trovare nuove pratiche di bilanciamento vita-lavoro.



In particolare, le due riunioni annuali di coordinamento previste con gli organismi sindacali nazionali costituiscono un'occasione di discussione su diversi argomenti, oltre ad essere la sede nella quale vengono illustrate le linee programmatiche del Piano Industriale. Inoltre, sono costanti gli incontri territoriali e a livello di sito produttivo per una attenta gestione di varie tematiche.

Riteniamo molto importante il coinvolgimento delle Organizzazioni Sindacali, in particolar modo in caso di modifiche organizzative strutturali o la condivisione di piani di riassetto aziendale, al fine di permettere la formulazione di osservazioni e proposte da parte del sindacato.

Le relazioni sindacali in corso permettono un confronto ampio anche su aspetti legati alla salute e sicurezza dei lavoratori e, soprattutto negli ultimi mesi, il confronto tra le parti è stato costante.

In tutti i casi rispettiamo il periodo di comunicazione minimo in conformità alle leggi e agli accordi collettivi nazionali, con tempistiche variabili in base al tipo di strumento che si rende necessario adottare. Ad esempio, in caso di modifiche organizzative come il trasferimento di attività o licenziamenti collettivi, il periodo minimo di preavviso fornito ai dipendenti o ai rappresentanti dei dipendenti è di 4 settimane.

Nelle riunioni annuali di coordinamento con gli organismi sindacali nazionali è inoltre possibile trattare argomenti che interessano tutta la forza lavoro, cui possono seguire ulteriori riunioni di maggior dettaglio su richiesta dei sindacati.

Infine, per poter assicurare un coordinamento sindacale con gli altri Paesi del Gruppo, con il team di relazioni industriali partecipiamo attivamente alle sessioni del CAE (Comitato Aziendale Europeo) condividendo best practice, mantenendo strette relazioni con i colleghi di altri Paesi o supportando necessità provenienti dai membri del CAE.



A CONTARE SONO I FATTI

SALUTE E SICUREZZA: "ZERO IS POSSIBLE"

Da sempre garantire **la salute e la sicurezza delle persone è una priorità che mettiamo al centro del nostro impegno**, e che si riflette nell'applicazione di standard e pratiche di gestione orientate alla prevenzione dei rischi per personale, appaltatori, subappaltatori, fornitori, trasportatori che operano presso le nostre sedi, nonché per i visitatori che accedono agli spazi aziendali.

A maggior ragione negli ultimi due anni di pandemia e fin dal primo momento dell'emergenza, abbiamo dato priorità alla protezione della salute dei nostri dipendenti: nel 2021 abbiamo rafforzato gli strumenti per la prevenzione del contagio da Covid-19, degli infortuni e delle malattie professionali sui luoghi di lavoro, oltre ad individuare, anche con il contributo dei dipendenti, alcune azioni di miglioramento nell'ambito Health&Safety.



Per poter raggiungere questo ambizioso traguardo, abbiamo iniziato ad implementare nel 2021 il progetto **Life Saving Rules (LSR)**, anche detto regole salvavita, in tutta la nostra organizzazione: stabilimenti, rete logistica, forza commerciale, fornitori. L'obiettivo del progetto LSR, ideato e sponsorizzato da The Coca-Cola Company, è quello di prevenire potenziali infortuni definendo **14 regole salvavita**, che permettono un miglioramento della cultura della sicurezza e definiscono azioni per prevenire l'accadimento di eventi non sicuri. Tramite questo strumento, ogni funzione esegue un'auto-valutazione sullo stato di implementazione delle regole salvavita, determinando un piano di azioni correttive rivisto su base trimestrale.

Il sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro all'interno dei nostri processi aziendali viene implementato attraverso il rispetto dello **standard volontario di certificazione ISO 45001**, introdotto nel 2019.

Nel 2021, la governance di questo processo ha superato con esito positivo il secondo ciclo di audit di sorveglianza, svolto in modalità mista da remoto e in presenza, che copre tutti i processi svolti nei nostri stabilimenti, uffici e nella funzione commerciale. Al perimetro della certificazione è stato aggiunto anche il processo di distribuzione delle bevande alcoliche, in linea con la nostra strategia 24/7.

La sicurezza delle nostre persone passa in primo luogo attraverso un **processo diffuso di sensibilizzazione**, per far sì che le pratiche e i comportamenti siano interiorizzati e applicati da tutti nel proprio quotidiano, sia dentro che fuori l'ambiente di lavoro. In quest'ottica, è proseguito anche nel 2021 il progetto **Behavior-Based Safety (BBS)**, che promuove i comportamenti positivi e sicuri dei dipendenti, facilitando l'individuazione di quelli rischiosi e riducendone l'incidenza tramite un coinvolgimento dinamico e diretto.

Il progetto è continuato in tutti gli stabilimenti e per la funzione commerciale, anche per verificare il rispetto delle regole anti-contagio in un anno caratterizzato ancora da una situazione di emergenza sanitaria.

ZERO

IS POSSIBLE





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

Il progetto Behavior-Based Safety (BBS) ha coinvolto:

266

dipendenti di Coca-Cola HBC Italia e

156

dipendenti dei provider logistici formati
secondo il protocollo BBS

100

barriere rimosse grazie all'analisi
delle osservazioni, con l'obiettivo di rendere
le attività più sicure ed evitare
comportamenti imprudenti

777

dipendenti della funzione commerciale
itinerante sul territorio nazionale formati
come osservatori BBS

15

aree coinvolte e oltre

4.000

comportamenti analizzati



A CONTARE SONO I FATTI



Il numero di infortuni sul lavoro occorsi a lavoratori dipendenti nel 2021 è diminuito rispetto al 2020 (da 16 a 11) contestualmente al numero di giorni di prognosi per infortunio (240 giorni persi per infortunio nel 2021 rispetto ai 664 del 2020). Non vi sono stati infortuni gravi.

Le principali tipologie di infortunio sono state le seguenti: cadute, inciampi, scivolamenti, incidenti stradali subiti (ad esempio tamponamenti), contatto con sostanze chimiche.

A livello di gruppo, monitoriamo i risultati dell'indicatore LTAR (Lost Time Accident Rate) che include tutti gli infortuni con almeno 1 giorno di prognosi escluso il giorno di accadimento (sono esclusi dal conteggio gli infortuni in itinere), valutando dunque il numero di infortuni occorsi ogni 100 FTE (full-time equivalent). Si registra un trend dell'indicatore in decrescita (0,60 nel 2021 rispetto a 0,88 nel 2020).

Nell'ottica di migliorare la cultura della sicurezza in tutti i livelli aziendali, anno dopo anno ci impegniamo a creare tavoli di discussione integrati: nel 2019 abbiamo implementato il **Country H&S committee**, ovvero incontri trimestrali effettuati da 13 membri nominati dal General Manager. Durante gli incontri, vengono condivisi i risultati H&S ottenuti, stabiliti nuovi obiettivi, analizzati i trend degli indicatori monitorati, definiti i principali progetti annuali, oltre a discutere delle principali problematiche in ambito salute e sicurezza sul lavoro.

A seguire, nel 2020 abbiamo implementato i **Country RLS committee**, un momento d'incontro su base trimestrale che coinvolge 26 membri nominati dal General Manager, inclusi i rappresentanti dei lavoratori. Si tratta di un momento volto a consolidare la cultura e la consapevolezza in ambito salute e sicurezza mediante una sempre più crescente partecipazione e consultazione dei lavoratori sulle tematiche specifiche, rafforzando la collaborazione con gli stessi, con il fine di raggiungere i più alti standard di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro anche in accordo con quanto previsto dalla norma ISO 45001:2018.

Nel 2021 è stata inoltre implementato il **Quarterly Safety Call**, un tavolo di discussione in cui il Direttore Supply Chain incontra il team di produzione e logistica, incluso il provider, con l'obiettivo di discutere e analizzare le performance H&S di ciascuno stabilimento e l'andamento dei diversi progetti di miglioramento.

Nel 2021, i programmi di formazione su salute e sicurezza sono stati erogati sia in presenza che da remoto, in accordo con i protocolli governativi vigenti in termini di emergenza sanitaria Covid-19. È continuata inoltre l'implementazione dei Toolbox talk (1.553) e dei Walk the talk (1.321), incontri informali tra i manager dei siti produttivi e il personale di linea e tra i team della funzione Sales, finalizzati a individuare le aree di miglioramento dei processi gestionali e della prevenzione degli infortuni.



MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

IL NOSTRO APPROCCIO IN RISPOSTA ALL'EMERGENZA SANITARIA

L'approccio proattivo e anticipatorio nell'implementazione di tutte le misure necessarie per garantire la sicurezza nei nostri ambienti di lavoro, che ha previsto, in alcuni casi, regole più restrittive rispetto a quelle governative (in accordo con i protocolli anti-contagio Covid-19 del Gruppo), si è dimostrato lo strumento migliore per poter gestire un altro anno di pandemia Covid-19.

Nel corso del 2021 abbiamo rafforzato il processo ormai consolidato di gestione dell'emergenza sanitaria, continuando ad adeguare i nostri protocolli interni in base all'andamento della pandemia, per poter mantenere sicuri gli ambienti lavorativi in tutta l'organizzazione. In parallelo, abbiamo promosso una comunicazione costante dedicata a tutta la popolazione aziendale ed esterna.

In ottica di un continuo miglioramento nello sviluppo delle competenze tecniche, abbiamo supportato le funzioni in prima linea nella gestione Covid-19, con un **corso di formazione sulla gestione pratica della pandemia** (Covid-19 manager training), garantendo 16 ore di formazione a tutti gli RSPP e 6 ore di formazione ai responsabili di fabbrica e logistica.

HEALTH & SAFETY WEEK

15-19 novembre 2021

LA SICUREZZA

NON SI LASCIA AL CASO

Coca-Cola HBC Italia

UN APPUNTAMENTO DEDICATO AI TEMI HEALTH&SAFETY

Nel 2021 ha avuto luogo l'undicesima edizione dell'**Health & Safety Week**, il più importante tra i tanti appuntamenti che il Gruppo dedica ai temi legati alla salute e alla sicurezza sul luogo di lavoro.

Sono state organizzate due settimane di approfondimenti in materia H&S, con l'obiettivo di ricordare che **"la sicurezza inizia da me"**.

Durante gli incontri sono state approfondite le regole salvavita, l'ergonomia a casa e in ufficio, la sicurezza stradale e i comportamenti da adottare per evitare incidenti dovuti ad inciampi, cadute o scivolamenti all'interno degli stabilimenti, nei punti vendita, in ufficio e a casa.

Come di consueto, alcuni rappresentanti dei nostri colleghi sono stati i portavoce dell'iniziativa per ricordare che ogni azione o comportamento può influire sul benessere di colleghi, familiari o amici, e che ognuno di noi ha la responsabilità di dare l'esempio in prima persona.





COMUNITÀ



ACCORCIARE LE DISTANZE

Dare spazio all'inclusione

100.000 giovani

coinvolti nel progetto

#YOUTHEMPOWERED

1,2 milioni

di prodotti donati

ad associazioni del territorio

**Diversità
e inclusione**

i valori che proteggiamo
dentro e fuori l'azienda

3 milioni di pasti

a Banco Alimentare





A CONTARE SONO I FATTI

ATTENTI AI BISOGNI DELLE NOSTRE COMUNITÀ



Fondazione
Coca-Cola
HBC
Italia

Le comunità nelle quali siamo presenti rappresentano per noi dei **partner fondamentali**: da sempre ci impegniamo a coltivare e instaurare dei **legami solidi e radicati** nel territorio, alimentandoli attraverso diverse iniziative di carattere sociale e culturale, nonché tramite le attività di volontariato dei nostri dipendenti.

La Missione Sostenibilità 2025 di Gruppo ci guida in questo impegno, tracciando la strada per un rapporto sempre più vicino ai bisogni reali delle comunità, nell'ottica di comprendere preoccupazioni e aspettative e sviluppare soluzioni di interesse comune che creino un valore che sia prima di tutto condiviso.

Abitiamo il territorio italiano da quasi un secolo, partecipando attivamente alle **dinamiche di sviluppo** delle comunità e generando **impatto economico e occupazionale**. Praticiamo ogni giorno la nostra **cittadinanza d'impresa** anche attraverso le attività della Fondazione Coca-Cola HBC Italia, fondata nel 2005 con l'obiettivo di promuovere progetti ad impatto sociale.





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

I nostri principali progetti

BANCO ALIMENTARE

Il 2021 ci ha visti nuovamente a fianco di Fondazione Banco Alimentare, di cui siamo partner da oltre 10 anni.

Grazie all'attività dei loro dipendenti, volontari e aziende partner, ogni giorno la Fondazione recupera cibo e bevande che vengono donate a strutture caritative promuovendo così le politiche a favore della lotta allo spreco alimentare a sostegno della lotta alla povertà e all'esclusione sociale.

In occasione della nostra campagna natalizia abbiamo lanciato un progetto che ci ha permesso di raccogliere prodotti alimentari per quasi 3 milioni di pasti¹, a partire dalla **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**, con la possibilità di acquistare le speciali **Coca-Cola Christmas Box in edizione limitata** su **Amazon.it**, **Ebay.it** e **Coca-Cola HBCI e-shop**, e non da ultimo attraverso **Glovo** e **Autogrill**, dove per ogni menù acquistato è stato donato un pasto.

Inoltre, la magia del Natale quest'anno è stata portata nelle strade e piazze italiane attraverso il primo **Coca-Cola truck tour 100% elettrico**, che ha dato anche l'opportunità di creare due ulteriori momenti per raccogliere fondi con i nostri consumatori: la **Food Court**, per degustare la pizza di Natale firmata dal pizzaiolo Francesco Capece, e il **Christmas Market**, un mercatino solidale di gadget Coca-Cola. Il ricavato di entrambe le attività è stato interamente devoluto a Banco Alimentare.

Infine, abbiamo organizzato il tradizionale **mercatino di Natale** in formato virtuale dedicato ai dipendenti che hanno potuto così dare il loro contributo. Anche in questo caso, l'intera somma è stata devoluta a **Fondazione Banco Alimentare** raggiungendo la cifra record di oltre **60.000 euro**.



1 Un pasto corrisponde a 500 gr di alimenti secondo la stima adottata dalla European Food Banks Federation.



A CONTARE SONO I FATTI



SPECIAL OLYMPICS

Come Coca-Cola siamo vicini a Special Olympics Italia da oltre 20 anni, sostenendo le straordinarie potenzialità di chi ha disabilità intellettive e valorizzando lo sport come strumento capace di unire le persone e di trasformare le loro vite. Anche l'edizione 2021 dei **Giochi Nazionali Estivi di Special Olympics** Italia si è svolta in modalità virtuale: la volontà di offrire agli atleti la possibilità di gareggiare, ancora una volta oltre ogni genere di distanza fisica, senza reprimere quella voglia di tornare a fare sport insieme e sentirsi sempre e comunque parte di una grande squadra, ha dato il via all'organizzazione di una nuova edizione degli Smart Games diventati 2.1. Circa 4.000 atleti hanno partecipato ai giochi e, per essere loro vicini, i nostri dipendenti hanno manifestato il loro entusiasmo attraverso video di tifo e incoraggiamento che sono stati trasmessi in diretta sulla pagina Facebook degli **"Smart Games 2.1"**.



PREMIO CAMPIELLO

Da diversi anni Coca-Cola HBC Italia è sponsor del Premio Campiello, una delle più importanti **manifestazioni letterarie** volta a valorizzare le firme e gli autori italiani. Istituito nel 1962 dagli Industriali del Veneto, il Premio è promosso e gestito dalla Fondazione Il Campiello, composta dalle Associazioni Industriali del Veneto e dalla loro Federazione regionale.

FONDAZIONE ARENA DI VERONA

La nostra azienda ha deciso di sostenere Fondazione Arena di Verona aderendo al **progetto di fundraising "67 colonne per l'Arena di Verona 2021"**, che ha come obiettivo il coinvolgimento delle imprese locali accomunate da uno spirito di responsabilità sociale per il rilancio di un territorio a noi molto vicino.

GIFFONI FILM FESTIVAL

Da molti anni Coca-Cola HBC Italia è a fianco di Giffoni Film Festival, che nasce per promuovere la **cultura cinematografica** fra le nuove generazioni. Il Festival rappresenta un appuntamento di grande rilevanza per il territorio che lo ospita, la Val di Piana in provincia di Salerno. Nel 2021 abbiamo rinnovato la nostra vicinanza a questo territorio e ribadito il nostro impegno in tema di sostenibilità ambientale con attività come quella che ci ha visti insieme al CIAL (Consorzio Nazionale per il Riciclo dell'Alluminio) con il progetto europeo "Every Can Counts" ("Ogni Lattina Vale") teso a promuovere le **buone pratiche di riciclo**.





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

IL NOSTRO IMPEGNO PER LE NUOVE GENERAZIONI



Un pilastro del nostro impegno è il **supporto ai giovani nell'orientamento al lavoro**: crediamo fortemente nelle nuove generazioni, nel loro talento e nel valore aggiunto che possono portare in una realtà lavorativa, generando valore e ricadute positive a cascata per tutta la società.

A partire da questo presupposto, nel 2021 è proseguito il nostro progetto **#YouthEmpowered**, attivo in tutti i Paesi del Gruppo Coca-Cola HBC Italia con l'obiettivo di accompagnare i giovani tra i 16 e i 30 anni nel passaggio dal mondo della scuola al mercato del lavoro. **Il progetto prevede la fruizione di moduli di formazione di Life e Business Skill**, che forniscono informazioni utili per aiutarli a individuare e rafforzare le loro potenzialità: dalla scrittura di un CV efficace, alla preparazione di un colloquio, fino alle competenze professionali utili ad entrare nel mondo lavorativo. I ragazzi hanno seguito i corsi sulle piattaforme dei nostri partner e hanno partecipato ai workshop online. In questo percorso sono stati accompagnati dai dipendenti Coca-Cola HBC che, in qualità di mentori, hanno raccontato la loro esperienza lavorativa offrendo spunti e consigli utili per il loro futuro professionale.

150.380

giovani coinvolti nel progetto
#YouthEmpowered dal 2018
di cui circa

100.000

nel 2021





A CONTARE SONO I FATTI

YouthEmpowered - principali partnership

JUNIOR ACHIEVEMENT

Nel 2021 è proseguita la partnership con Junior Achievement, la più grande organizzazione no-profit al mondo dedicata all'educazione aziendale nelle scuole. Ogni anno, con la sua rete di volontari, Junior Achievement coinvolge più di **148 mila studenti** da tutta Italia, formandoli su diversi aspetti, dall'alfabetizzazione finanziaria alla preparazione al lavoro e all'imprenditorialità.

L'integrazione tra il nostro programma #YouthEmpowered e il **percorso di educazione imprenditoriale** rivolto agli istituti superiori **Impresa in azione** di Junior Achievement Italia, ha permesso a **26.872 studenti** di potenziare le proprie competenze attraverso un'esperienza imprenditoriale interattiva e pratica: le classi partecipanti sono state infatti chiamate a progettare e gestire dei prototipi di mini-imprese. In quest'occasione, la piattaforma www.impresainazione.it ha messo a disposizione degli studenti i moduli online di #YouthEmpowered e numerosi webinar.

All'interno di Impresa in azione, abbiamo rinnovato per il terzo anno consecutivo il premio **Girls in STEM**, promosso da Fondazione Coca-Cola HBC Italia con l'obiettivo di avvicinare le ragazze alle materie tecnico-scientifiche e combattere gli stereotipi di genere.

Le cinque vincitrici hanno partecipato a un incontro di mentorship con 4 donne manager di Coca-Cola HBC Italia, che hanno condiviso le proprie esperienze personali e professionali utili a consigliarle e ispirarle nella scelta del loro percorso lavorativo. Inoltre, abbiamo sviluppato uno **spazio digitale permanente** dedicato alla leadership femminile con l'obiettivo di progettare un innovativo formato educativo incentrato sulla **diffusione di una nuova cultura STEM** insieme all'empowerment e all'imprenditorialità delle giovani ragazze, per incentivarle a scegliere carriere in questi campi di studio (www.jaitalia.org/girls-in-stem). Inoltre, è stata fatta una formazione specifica agli insegnanti sull'empowerment femminile in termini di maggiore consapevolezza di orientamento.

Sempre insieme a Junior Achievement, nel 2021 abbiamo ideato un progetto rivolto agli studenti delle classi quinte degli Istituti Alberghieri a supporto del settore **Ho.Re.Ca.**, uno dei più colpiti durante la pandemia da Covid-19. Sono state quindi organizzate cinque **masterclass** della durata di circa 2 ore ciascuna durante le quali importanti **esperti del settore, insieme ai colleghi di Coca-Cola HBC Italia** e ai nostri clienti, hanno guidato studenti e studentesse alla scoperta del mondo Ho.Re.Ca., dall'e-commerce alla Mixology, raccontando le sfide del settore e le competenze richieste per lavorare in questo campo.





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

CIVICAMENTE

Abbiamo rinnovato per il quinto anno consecutivo la partnership con Civicamente, società specializzata nell'uso della tecnologia digitale che, attraverso la sua **piattaforma Educazionedigitale.it**, coinvolge una community dinamica di **oltre 86.000 docenti**.

Sulle piattaforme digitali sono a disposizione degli studenti diversi **corsi di formazione**, tra cui quello #YouthEmpowered focalizzato sullo sviluppo delle soft e business skills, attraverso specifici moduli di e-learning. Grazie a questa collaborazione, nel 2021 abbiamo raggiunto oltre **71.500 studenti**.

LEARN YOUR JOB

Insieme al Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Verona, provincia nella quale è presente il nostro stabilimento di Nogara, abbiamo organizzato, sotto l'ombrello #YouthEmpowered, e con la collaborazione di Cosp Verona (Comitato per l'orientamento scolastico e professionale), una nuova edizione di "LEARN YOUR JOB": una serie di webinar digitali rivolti alle scuole superiori della provincia di Verona, che hanno visto la partecipazione di **oltre 1.000 studenti**. I contenuti sono stati arricchiti dalla presenza dei nostri colleghi che, in qualità di mentori, hanno avuto l'opportunità di dare spunti e suggestioni ai giovani studenti sul loro percorso professionale.

PAROLE O_STILI

Parole O_Stili, il **Festival della comunicazione non ostile**, ha l'ambizione di ridefinire le modalità e lo stile con cui le persone vivono e partecipano al Web, promuovendo l'attenzione e la cura nella scelta delle parole, con la consapevolezza che queste rappresentano un mezzo di espressione unico e potente.

Nel 2021, ancora al loro fianco, abbiamo organizzato un webinar #YouthEmpowered all'interno del loro evento annuale virtuale nel mese di marzo, con l'obiettivo di trasmettere ai ragazzi una maggior consapevolezza rispetto alla propria **digital identity** e **web reputation**. Abbiamo inoltre collaborato alla preparazione di una scheda didattica sulle soft skills, sempre più rilevanti in ogni professione.





A CONTARE SONO I FATTI

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: PILASTRI FONDAMENTALI PER LA NOSTRA CRESCITA

Crediamo profondamente nei **valori della diversità e dell'inclusione**, che vogliamo proteggere in quanto fattori determinanti della nostra cultura aziendale e del nostro modo di fare impresa. Ci impegniamo su questi temi sia guardando al nostro interno, sia promuovendoli nella società.

Da un lato, ci adoperiamo ogni giorno per garantire ai nostri dipendenti un **ambiente di lavoro inclusivo**, dove la diversità di ognuno trovi accoglienza e rappresenti un potenziale di innovazione e uno stimolo per tutti. Dimostrazione del nostro impegno è il fatto che prima ancora dell'approvazione della legge Cirinnà, siamo stati tra i primi a riconoscere alcuni diritti fondamentali come l'estensione dell'assicurazione sanitaria e il congedo matrimoniale anche ai partner dello stesso sesso.

Dall'altro lato, da anni supportiamo associazioni ed eventi che promuovono il **valore dell'inclusione all'interno della società**. Anche nel 2021 Coca-Cola ha voluto promuovere e valorizzare le diversità invitando a celebrare l'amore e a superare ogni divisione. Dopo un anno di eventi digitali, siamo finalmente scesi nelle piazze di **Milano, Napoli e Padova** per sostenere i **Pride** delle tre città, i valori che rappresentano e i



progetti di accoglienza promossi dalle associazioni LGBTQI+, tra cui la "Casa Arcobaleno" di Milano e la "Casa delle Culture e dell'Accoglienza per persone LGBTQI+", la prima struttura di accoglienza del Mezzogiorno.

Le nostre principali associazioni

PARKS - LIBERI E UGUALI

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

VALORE D

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





MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ



AZZERARE LE EMISSIONI



ALLARGARE GLI ORIZZONTI



ACCORCIARE LE DISTANZE

IL NOSTRO IMPEGNO PER FRONTEGGIARE L'EMERGENZA COVID-19

Fin dall'inizio dell'emergenza sanitaria da Covid-19, abbiamo rivolto il nostro impegno a sostegno delle nostre persone, delle comunità e dei clienti.

Al fianco delle nostre comunità

Anche durante il 2021, con il perdurare della pandemia, è continuato il nostro supporto al Paese attraverso la **donazione dei nostri prodotti** alle associazioni con cui operiamo quali Croce Rossa Italiana, Banco Alimentare, Fondazione Arché, Star Judo Club e molte altre, per mostrare vicinanza alle comunità e per sostenere le famiglie più deboli.

Nei mesi di chiusura o parziale chiusura di bar e ristoranti, Coca-Cola ha messo in campo diverse azioni a favore del canale Ho.Re.Ca. nel ruolo di partner prima ancora che di fornitore. Sono stati reinvestiti più di 2,5 milioni di euro nel canale, attraverso politiche commerciali, fiscali e di comunicazione dedicate, per aiutare i clienti a superare le restrizioni seguite all'emergenza sanitaria, sostenerli nell'intercettare le opportunità di delivery e del digital e, infine, prepararsi alla ripresa delle normali attività.

Inoltre, insieme a Lavazza, Perfetti Van Melle e Sanpellegrino, Coca-Cola ha sostenuto Fipe - Confcommercio, la Federazione Italiana Pubblici Esercizi, nel realizzare la campagna #ilsolito, con l'obiettivo di tornare ad apprezzare il consumo nei locali nel rispetto delle necessarie condizioni di sicurezza.



1,2

milioni di prodotti donati ad associazioni del territorio

2,5

milioni di euro investiti a supporto del canale Ho.Re.Ca. durante l'emergenza Covid-19



A CONTARE SONO I FATTI

APPENDICE

NOTA METODOLOGICA

Il Rapporto di Sostenibilità (di seguito anche "Rapporto" o "Documento") è lo strumento con cui, dal 2004, raccontiamo ogni anno ai nostri stakeholder l'impegno e il profilo di sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia. Il Documento rendiconta le attività e i risultati non finanziari che hanno caratterizzato l'esercizio 2021, dal 1° gennaio al 31 dicembre, e raccoglie le politiche e gli strumenti a presidio della gestione aziendale. Il perimetro di rendicontazione del Rapporto di Sostenibilità include, oltre a Coca-Cola HBC Italia S.r.l., anche la società Fonti del Vulture S.r.l.. Sono esclusi i dati relativi alle informazioni che riguardano le performance ambientali dello stabilimento di Roccaforte Mondovì (CN) di Acque Minerali S.r.l., che è comunque ricompreso nel numero degli stabilimenti rendicontati all'interno del Documento. In continuità con l'esercizio precedente, il presente Rapporto è stato redatto in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI, secondo l'opzione "In accordance - Core", affiancati dai "Food Processing Sector Disclosures". Per la redazione del Documento, Coca-Cola HBC Italia, sotto il coordinamento della Direzione Corporate Affairs & Sustainability, ha coinvolto la struttura organizzativa aziendale, attraverso contributi provenienti dalle diverse aree e funzioni. I dati sono stati raccolti con il supporto di apposite schede qualitative e quantitative e di interviste dirette ai referenti di funzione, in coerenza con l'approccio richiesto dai GRI Standards, e successivamente verificati con un processo di controllo interno.

Per consentire la comparabilità delle informazioni nel tempo, i dati sono stati inseriti, laddove possibile, su base triennale. Le riesposizioni dei dati comparativi precedentemente pubblicati sono chiaramente indicate come tali. Inoltre, al fine di garantire l'affidabilità dei dati, è stato limitato, per quanto possibile, il ricorso a stime, eventualmente segnalate all'interno del documento e basate sulle migliori metodologie disponibili. Le informazioni oggetto di reporting sono state selezionate attraverso l'analisi di materialità che, aggiornata annualmente, definisce la rilevanza di ciascun aspetto, tenendo conto della prospettiva interna ed esterna all'azienda. Per coinvolgere attivamente gli stakeholder nel processo di definizione e pesatura delle tematiche di sostenibilità più rilevanti rappresentate all'interno del documento, abbiamo rinnovato l'attività di ascolto dei nostri interlocutori interni ed esterni.

La mappatura e l'ascolto degli stakeholder sono stati effettuati secondo le indicazioni dello Standard Internazionale AA1000 - Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) 2015. Le informazioni quantitative di dettaglio in riferimento agli indicatori GRI selezionati per il Rapporto di Sostenibilità sono riportati nell'Appendice del presente Documento. Il Rapporto di Sostenibilità è sottoposto volontariamente ad assurance esterna ("Limited assurance engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Deloitte & Touche S.p.A., secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione", inclusa nel presente Documento.

IL SISTEMA DI GOVERNO

La gestione di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture è affidata ai rispettivi Consigli di Amministrazione e sottoposta al controllo del Collegio Sindacale e della Società di Revisione. La società PriceWaterhouseCoopers S.p.A. è responsabile dell'incarico relativo alla revisione legale dei conti e del Bilancio Civilistico di entrambe le aziende. Il capitale sociale di Coca-Cola HBC Italia S.r.l., interamente versato e detenuto dal 100% da CC BEVERAGES HOLDINGS II B.V, al 31 dicembre 2021 è pari a euro 172.000.000,00, invariato rispetto al precedente esercizio.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione, nonché Amministratore Delegato di Coca-Cola HBC Italia, ha la piena responsabilità sulla gestione, inclusa la tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro, rappresenta la società nei rapporti con i terzi ed esercita tutti i poteri di ordinaria

e straordinaria amministrazione, nei limiti previsti dallo statuto e dalla delibera del CdA che gli ha conferito i poteri a salvaguardia della trasparente gestione aziendale.

Il capitale sociale di Fonti del Vulture S.r.l. è interamente versato e detenuto al 50% da Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e al 50% da Sibil S.r.l., società della The Coca-Cola Company.

Al 31 dicembre 2021, è pari a euro 3.425.027,00, invariato rispetto al precedente esercizio. I consiglieri di amministrazione sono, in numero uguale, espressione delle due società.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione di Fonti del Vulture ha la rappresentanza e la firma sociale. In caso di assenza o di impedimento del Presidente tutte le sue attribuzioni spettano al Vicepresidente.



A CONTARE SONO I FATTI

GLI STRUMENTI CHE REGOLANO LA CONDOTTA AZIENDALE

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

1

IL CODICE DI COMPORTAMENTO NEGLI AFFARI

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

2

MANUALE DI POLITICA E COMPLIANCE ANTICORRUZIONE

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

Per garantire che i dipendenti comprendano tutte le leggi e le politiche aziendali applicabili in materia e agiscano in conformità alle stesse, Coca-Cola HBC Italia, attraverso il suo ufficio legale, pianifica ogni anno programmi di formazione obbligatoria.

La gestione delle richieste di autorizzazione previste dal Codice di Comportamento negli Affari e dal Manuale Anticorruzione avviene attraverso un sistema informatico (Portale COBC).

Tutte le terze parti che interagiscono con la Pubblica Amministrazione per conto della Società sono sottoposte, attraverso un'apposita piattaforma online Exiger Third Parties Due Diligence Portal, ad una dedicata due diligence. I fornitori, così come tutte le terze parti di Coca-Cola HBC Italia e Fonti del Vulture che si relazionano con la Pubblica Amministrazione

per conto delle società (ad esclusione delle categorie esentate), sono oggetto di due diligence anticorruzione. I risultati della due diligence vengono inviati all'ufficio legale per approvazione attraverso il portale Exiger Third Parties Due Diligence, come previsto dalla politica Anticorruzione del Gruppo. L'Organismo di Vigilanza 231 di Coca-Cola HBC Italia, così come quello di Fonti del Vulture, organizza periodicamente incontri con i dipendenti delle diverse funzioni al fine di monitorare la conformità rispetto al Modello Organizzativo, che mira anche a prevenire anche reati di corruzione.

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

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

Tutti gli eventuali reclami relativi a potenziali violazioni del Codice di Comportamento, del Manuale Anticorruzione, del Modello 231 e delle altre policy della società vengono esaminati e gestiti adottando adeguate misure per tutelare i segnalanti da fenomeni ritorsivi. I reclami ricevuti relativi a questioni non coperte dal Codice di condotta aziendale vengono indirizzati al dipartimento di competenza per una appropriata gestione. Le violazioni accertate, oltre ad essere tracciate, possono comportare cambiamenti decisionali così come procedurali rilevanti.

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

3

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

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

È prevista una revisione periodica del Modello, così che sia costantemente aggiornato rispetto alle modifiche legislative e adeguato rispetto ai cambiamenti organizzativi.

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

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

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

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

4

I PRINCIPI GUIDA PER I FORNITORI

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

5

COMPETITION LAW HANDBOOK

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

6

DATA PROTECTION

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

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

I documenti elencati sono pubblicati nel nostro sito.



A CONTARE SONO I FATTI

I TEMI MATERIALI PER CCHBCI E IL COLLEGAMENTO AGLI STANDARD GRI

| TEMA MATERIALE | ASPETTO DEL GRI | PERIMETRO DELL'IMPATTO | RUOLO DI COCA-COLA HBC ITALIA E FONTI DEL VULTURE |
|--|--|---|--|
| Approvvigionamento sostenibile | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016) • GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016) • GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola; Fornitori & Partner | A cui contribuiscono e direttamente connesso tramite i loro rapporti commerciali |
| Benessere ed engagement dei dipendenti | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 401: Occupazione (2016) • GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (2016) • GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018) • GRI 404: Formazione e istruzione (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture | Causato |
| Benessere e nutrizione | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola; Consumatori | Causato e a cui contribuiscono |
| Cittadinanza d'impresa | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 203: Impatti economici indiretti (2016) • GRI 413: Comunità locali (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola | Causato e a cui contribuiscono |
| Governance responsabile | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 205: Anticorruzione (2016) • GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016) • GRI 307: Compliance ambientale (2016) • GRI 419: Compliance socioeconomica (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture | Causato |
| Diritti umani, inclusione e gestione della diversità | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016) • GRI 406: Non discriminazione (2016) • GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (2016) • GRI 408: Lavoro minorile (2016) • GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio (2016) • GRI 412: Valutazione del rispetto dei diritti umani (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Fornitori & Partner | Causato e direttamente connesso tramite i loro rapporti commerciali |
| Cambiamento climatico | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 302: Energia (2016) • GRI 305: Emissioni (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Fornitori di energia elettrica; Fornitori di materie prime (packaging, zucchero e dolcificanti); Fornitori di beni e servizi (frigoriferi e trasporti) | Causato e direttamente connesso tramite i loro rapporti commerciali |
| Gestione responsabile dell'acqua | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 303: Acqua e scarichi idrici (2018) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture | Causato |
| Generazione e condivisione di valore | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 201: Performance economica (2016) • GRI 203: Impatti economici indiretti (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Fornitori & Partner | Causato e direttamente connesso tramite i loro rapporti commerciali |
| Innovazione | • / | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola | Causato e a cui contribuiscono |
| Marketing e comunicazione responsabile | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola | Causato e a cui contribuiscono |
| Packaging e gestione dei rifiuti | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 301: Materiali (2016) • GRI 306: Rifiuti (2020) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Fornitori & Partner | Causato e direttamente connesso tramite i loro rapporti commerciali |
| Qualità del prodotto | <ul style="list-style-type: none"> • GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016) | Coca-Cola HBC Italia; Fonti del Vulture; Sistema Coca-Cola | Causato e a cui contribuiscono |

DATI ANALITICI

| | | 2021 | 2020 | 2019 |
|--|-----------|--------------------|--------------------|--------------------|
| PRODUZIONE | | | | |
| Litri totali di bevande prodotti | lpb | 1.357.780.000 | 1.231.176.474 | 1.392.230.433 |
| MATERIALI | | | | |
| 301-1 Materiali utilizzati suddivisi per peso o volume | | | | |
| Zuccheri e altri dolcificanti | t | 86.981 | 79.214 | 92.193 |
| Concentrato | t | 2.717 | 2.688 | 3.174 |
| Concentrato di succo | t | 3.196 | 3.075 | 3.667 |
| CO ₂ alimentare | t | 13.869 | 12.429 | 14.989 |
| Plastica di origine vegetale (bottiglie) | t | 4.390 | 1.223 | 1.340 |
| Etichette di cartone | t | 395 | 353 | 987 |
| Cartone | t | 7.265 | 3.081 | 4.955 |
| Legno (bancali) | t | 7.502 | 7.374 | 5.719 |
| Totale materiali rinnovabili | t | 126.315 | 109.437 | 127.023 |
| Azoto | t | 1.995 | 1.876 | 1.961 |
| PET (bottiglie) | t | 21.674 | 23.870 | 28.224 |
| Tappi di plastica | t | 2.485 | 2.053 | 2.888 |
| Tappi a corona (metallo) | t | - | - | - |
| Imballi secondari di plastica | t | 5.164 | 5.258 | 6.477 |
| Vetro (bottiglie) | t | 34.592 | 26.661 | 42.074 |
| Alluminio (lattine) | t | 9.156 | 8.574 | 8.687 |
| Totale materiali non rinnovabili | t | 75.066 | 68.293 | 90.311 |
| Totale materiali | t | 201.381 | 177.730 | 217.334 |
| ENERGIA | | | | |
| 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione | | | | |
| Combustibile non rinnovabile | | | | |
| Olio di riscaldamento leggero | MJ | 72.540 | 75.270 | 73.125 |
| Gas naturale | MJ | 177.369.795 | 173.663.692 | 163.194.600 |
| GPL | MJ | 30.024 | 48.038 | - |
| Carburante per flotta aziendale da fonti non rinnovabili | MJ | 53.224.586 | 56.475.932 | 81.122.205 |
| Totale combustibile non rinnovabile | MJ | 230.696.945 | 230.262.932 | 244.389.931 |
| Combustibile rinnovabile | | | | |
| Energia biogenica prodotta | MJ | - | - | - |
| Elettricità rinnovabile venduta (Biogenica) | MJ | - | - | - |
| Totale combustibile rinnovabile | MJ | - | - | - |
| Energia elettrica negli stabilimenti | | | | |
| Energia elettrica rinnovabile (acquistata dalla rete e certificata GO) | MJ | 61.414.284 | 54.142.833 | 70.856.450 |
| Energia elettrica non rinnovabile (da CHP non di proprietà) | MJ | 164.773.314 | 163.276.488 | 169.409.628 |
| Consumo totale di energia elettrica negli stabilimenti | MJ | 226.187.598 | 217.419.321 | 240.266.078 |
| Riscaldamento | MJ | 9.130.799 | 6.910.002 | 6.497.431 |
| Raffreddamento | MJ | 11.247.123 | 12.808.216 | 20.216.127 |
| Vapore | MJ | 53.428.694 | 43.849.361 | 48.757.601 |
| Consumo totale di energia all'interno dell'organizzazione | MJ | 530.691.158 | 511.249.832 | 560.127.168 |
| di cui da fonti non rinnovabili | MJ | 469.276.874 | 457.106.999 | 489.270.717 |
| di cui da fonti rinnovabili | MJ | 61.414.284 | 54.142.833 | 70.856.451 |



A CONTARE SONO I FATTI

| | | | | | |
|---------------|---|----------------------------|----------------|----------------|----------------|
| 302-3 | Intensità energetica | MJ/lbp | 0,334 | 0,349 | 0,327 |
| | ACQUA | | | | |
| 303-3 | Acqua totale prelevata per fonte | | | | |
| | Acquedotti | MI | 211 | 207 | 229 |
| | Acque sotterranee (pozzo, sorgenti) | MI | 2205 | 2.037 | 1.939 |
| | Totale prelievi idrici | MI | 2.416 | 2.244 | 2.168 |
| | Acqua totale prelevata da aree sottoposte a stress idrico per fonte | | | | |
| | Acquedotti | MI | - | - | - |
| | Acque sotterranee (pozzo, sorgenti) | MI | 549 | 513 | - |
| | Totale prelievi idrici da aree sottoposte a stress idrico | MI | 549 | 513 | - |
| | EMISSIONI | | | | |
| 305-1 | Emissioni dirette di GHG (Scope 1) | | | | |
| | da combustibile non rinnovabile | tCO ₂ | 12.690 | 12.767 | 13.999 |
| | di cui carburante per flotta di proprietà | tCO ₂ | 3.831 | 4.067 | 5.843 |
| | da CDE-liquidi refrigeranti frigovetrine | tCO ₂ | 250 | 289 | 492 |
| | da perdite (durante la produzione) | tCO ₂ | 6.265 | 5.934 | 7.322 |
| | Totale emissioni dirette di GHG (Scope 1) | tCO₂ | 19.206 | 18.990 | 21.812 |
| 305-2 | Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) | | | | |
| | da energia elettrica utilizzata negli stabilimenti (Scope 2 - Location Based) | tCO ₂ | 10.917 | 11.148 | 13.723 |
| | da energia elettrica utilizzata negli stabilimenti (Scope 2 - Market Based) | tCO ₂ | 6.092 | 6.291 | 7.380 |
| | da altre fonti energetiche (riscaldamento, raffreddamento, vapore) | tCO ₂ | 6.695 | 6.109 | 8.163 |
| | Totale emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2 - Location Based) | tCO₂ | 17.612 | 17.257 | 21.886 |
| | Totale emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2 - Market Based) | tCO₂ | 12.787 | 12.400 | 15.544 |
| | Totale emissioni (Scope 1 e Scope 2 - Location Based) | tCO₂ | 36.817 | 36.247 | 43.698 |
| | Totale emissioni (Scope 1 e Scope 2 - Market Based) | tCO₂ | 31.992 | 31.390 | 37.356 |
| 305-3 | Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3) | | | | |
| | da energia elettrica per frigovetrine | tCO ₂ | 55.104 | 67.498 | 87.199 |
| | da packaging | tCO ₂ | 155.564 | 152.828 | 180.882 |
| | da zuccheri e dolcificanti | tCO ₂ | 78.142 | 71.525 | 83.417 |
| | da camion per distribuzione e trasporto (non di proprietà) | tCO ₂ | 14.656 | 11.809 | 17.450 |
| | da CO ₂ nel prodotto | tCO ₂ | 7.604 | 7.047 | 7.667 |
| | da energia termica di siti remoti | tCO ₂ | 113 | 85 | 98 |
| | Totale altre emissioni indirette di GHG (Scope 3) | tCO₂ | 311.183 | 310.792 | 376.713 |
| 305-4 | Intensità emissiva (Scope 1, Scope 2 - Market Based e Scope 3) | gCO₂/lbp | 252,7 | 277,7 | 297,4 |
| | RIFUTI | | | | |
| 306-3; | Totale rifiuti non pericolosi prodotti | t | 14.337 | 13.273 | 17.116 |
| 306-4; | di cui trattati in loco | t | - | N/D | N/D |
| 306-5 | di cui trattati presso sito esterno | t | 14.337 | N/D | N/D |
| | Riciclati | t | 11.593 | 11.312 | 14.706 |
| | Avviati ad incenerimento senza recupero di energia | t | - | - | 3 |
| | Avviati ad incenerimento con recupero di energia | t | - | - | - |
| | Avviati a compostaggio | t | 2.740 | 1.948 | 2.378 |
| | Smaltiti in discarica | t | 4 | 13 | 29 |
| | Totale rifiuti pericolosi prodotti | t | 41 | 29 | 22 |
| | di cui trattati in loco | t | - | - | - |
| | di cui trattati presso sito esterno | t | 41 | - | - |
| | Riciclati | t | 19 | 26 | 18 |
| | Smaltiti in discarica | t | 22 | 3 | 4 |
| | Totale rifiuti prodotti | t | 14.378 | 13.302 | 17.138 |

APPENDICE

| DATI SUL PERSONALE | | 2021 | 2020 | 2019 | |
|---|---|-----------|--------------|--------------|--------------|
| 102-7 | Numero totale dei dipendenti | n. | 1.862 | 1.874 | 1.867 |
| 102-8 | INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI E ALTRI LAVORATORI | | | | |
| Dipendenti con contratto a tempo indeterminato | | | | | |
| | Uomini | n. | 1.317 | 1.335 | 1.341 |
| | Donne | n. | 542 | 535 | 521 |
| | Totale | n. | 1.859 | 1.870 | 1.862 |
| Dipendenti con contratto a tempo determinato | | | | | |
| | Uomini | n. | 2 | 1 | 3 |
| | Donne | n. | 1 | 3 | 2 |
| | Totale | n. | 3 | 4 | 5 |
| Dipendenti a tempo pieno | | | | | |
| | Uomini | n. | 1.318 | 1.335 | 1.343 |
| | Donne | n. | 512 | 506 | 492 |
| | Totale | n. | 1.830 | 1.841 | 1.835 |
| Dipendenti a tempo parziale | | | | | |
| | Uomini | n. | 1 | 1 | 1 |
| | Donne | n. | 31 | 32 | 31 |
| | Totale | n. | 32 | 33 | 32 |
| OCCUPAZIONE | | | | | |
| 401-1 | Nuove assunzioni e turnover | | | | |
| Nuovi ingressi per genere e per fasce di età | | | | | |
| | Uomini | n. | 68 | 40 | 67 |
| | Donne | n. | 39 | 33 | 47 |
| | Under 30 | n. | 49 | 49 | 63 |
| | Tra 30 e 50 | n. | 43 | 21 | 51 |
| | Over 50 | n. | 15 | 3 | 0 |
| | Totale | n. | 107 | 73 | 114 |
| Cessazioni per genere e fasce di età | | | | | |
| | Uomini | n. | 67 | 39 | 39 |
| | Donne | n. | 27 | 13 | 22 |
| | Under 30 | n. | 15 | 15 | 18 |
| | Tra 30 e 50 | n. | 62 | 25 | 37 |
| | Over 50 | n. | 17 | 12 | 6 |
| | Totale | n. | 94 | 52 | 61 |
| Turnover dei dipendenti: tasso di assunzione | | | | | |
| | Uomini | % | 5,2 | 3,1 | 5 |
| | Donne | % | 7,2 | 6,2 | 9 |
| | Under 30 | % | 33,1 | 35,8 | 41,7 |
| | Tra 30 e 50 | % | 3,7 | 1,4 | 4,3 |
| | Over 50 | % | 2,7 | 0,6 | 0 |
| | Totale | % | 5,8 | 4,0 | 6,1 |
| Turnover dei dipendenti: tasso di cessazione | | | | | |
| | Uomini | % | 5,1 | 2,9 | 2,9 |
| | Donne | % | 5,0 | 2,4 | 4,2 |
| | Under 30 | % | 10,1 | 7,9 | 11,9 |
| | Tra 30 e 50 | % | 5,3 | 2,1 | 3,1 |



A CONTARE SONO I FATTI

| | | | | |
|--|----|-------|-------|-------|
| Over 50 | % | 3,1 | 2,9 | 1,1 |
| Totale | % | 5,1 | 2,8 | 3,3 |
| 401-3 Congedo parentale | | | | |
| Dipendenti che hanno diritto a congedi parentali | | | | |
| Uomini | n. | 1.319 | 1.336 | 1.344 |
| Donne | n. | 543 | 538 | 523 |
| Totale | n. | 1.862 | 1.874 | 1.867 |
| Dipendenti che hanno usufruito di congedi parentali | | | | |
| Uomini | n. | 47 | 26 | 47 |
| Donne | n. | 25 | 28 | 32 |
| Totale | n. | 72 | 54 | 79 |
| Dipendenti che sono rientrati al lavoro al termine del congedo parentale | | | | |
| Uomini | n. | 43 | 25 | 47 |
| Donne | n. | 17 | 16 | 13 |
| Totale | n. | 60 | 41 | 60 |
| Dipendenti rientrati al lavoro al termine del congedo parentale che nei 12 mesi successivi sono ancora dipendenti dell'organizzazione | | | | |
| Uomini | n. | 25 | 46 | 3 |
| Donne | n. | 15 | 23 | 35 |
| Totale | n. | 40 | 69 | 38 |
| Tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito di congedi parentali | | | | |
| Uomini | % | 91 | 96 | 100 |
| Donne | % | 68 | 57 | 41 |
| Totale | % | 83 | 76 | 76 |
| Tasso di retention | | | | |
| Uomini | % | 96 | 98 | 100 |
| Donne | % | 54 | 72 | 95 |
| Totale | % | 74 | 87 | 95 |
| SALUTE E SICUREZZA - DIPENDENTI | | | | |
| 403-9 Infortuni sul lavoro | | | | |
| Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro | n. | - | - | - |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) | n. | - | 1 | N/D |
| Numero di infortuni sul lavoro registrabili | n. | 11 | 16 | 20 |
| Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro | | - | - | N/D |
| Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) | | - | 0,4 | N/D |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili | | 3,6 | 5,6 | N/D |

APPENDICE

| | | | | |
|--|----|--|---|---|
| Principali tipologie di infortuni sul lavoro | | 3 infortuni per cadute / scivolamenti 2 infortuni per incidenti stradali subiti alla guida dell'auto 2 infortuni per contatto con sostanze chimiche 1 infortunio per movimentazione manuale dei carichi 1 infortunio per urto con veicolo in movimento 1 infortunio per contatto con scheggia metallica 1 infortunio per contatto con attrezzature | 6 incidenti stradali (non in itinere) 6 infortuni per errata ergonomia / movimentazione carichi 3 infortuni per cadute / scivolamenti 1 infortunio per contatto con frammenti di vetro | Le principali tipologie di infortunio sono rappresentate da incidenti stradali (non in itinere), cadute in piano, scivolamenti e inciampi |
| Ore lavorate | n. | 3.058.318 | 2.849.792 | N/D |
| SALUTE E SICUREZZA - LAVORATORI ESTERNI | | | | |
| Infortuni sul lavoro | | | | |
| Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro | n. | - | - | - |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) | n. | - | 1 | N/D |
| Numero di infortuni sul lavoro registrabili | n. | 9 | 14 | 18 |
| Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro | | - | - | N/D |
| Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) | | - | 1,1 | N/D |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili | | 9,90 | 14,7 | N/D |
| Principali tipologie di infortuni sul lavoro | | 3 infortuni per contatto con veicoli in movimento (carrelli elevatori /transpallet) 2 infortuni per urto contro macchinari/ elementi strutturali fissi 1 infortunio per ferita da taglio 1 infortunio per inciampo su gradini scale uffici 1 infortunio per contatto con contenitore/ fustino in discesa da nastro trasportatore 1 infortunio per inciampo in materiale di lavoro | 7 infortuni per contatto con macchinari/ mezzi 4 infortuni per cadute / scivolamenti 2 infortuni per esposizione a sostanze chimiche 1 infortunio per errata ergonomia / postura | La causa principale degli infortuni occorsi a contractors nel 2019 è legata a inciampi / cadute / scivolamenti (8 infortuni) |
| Ore lavorate | n. | 909.330 | 954.370 | N/D |



A CONTARE SONO I FATTI

| MALATTIE PROFESSIONALI - DIPENDENTI | | | | |
|--|----|---|------|------|
| 403-10 Malattie professionali | | | | |
| Numero di decessi derivanti da malattie professionali | n. | - | - | N/D |
| Numero di casi di malattie professionali registrabili | n. | 2 | - | N/D |
| Tipologie principali di malattie professionali | | Un caso di malattia professionale legato a discopatia è stato denunciato da un dipendente che ha cessato il rapporto con CCHBCI nel 2009. | - | N/D |
| FORMAZIONE | | | | |
| 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente | | | | |
| Totale | n. | 31,9 | 26,9 | 24,2 |
| 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente per genere | | | | |
| Uomini | n. | 32,2 | 26,6 | 25,0 |
| Donne | n. | 31,3 | 27,6 | 22,1 |
| 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente per categoria professionale | | | | |
| Dirigenti | n. | 30,9 | 12,7 | 30,4 |
| Quadri | n. | 34,8 | 21,8 | 38,2 |
| Impiegati | n. | 37,6 | 26,7 | 27,2 |
| Operai | n. | 12,9 | 5,1 | 7,0 |
| Espatriati | n. | 28,0 | 1,8 | 25,7 |
| 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale | | | | |
| Totale | % | 76 | 74 | 77 |
| 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale per genere | | | | |
| Uomini | % | 72 | 71 | 77 |
| Donne | % | 86 | 81 | 86 |
| Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale per categoria professionale | | | | |
| Dirigenti | % | 93 | 96 | 100 |
| Quadri | % | 95 | 96 | 100 |
| Impiegati | % | 93 | 90 | 94 |
| Operai | % | 9 | 8 | 9 |
| Espatriati | % | 100 | 100 | 100 |

APPENDICE

| DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ | | | | |
|---|---|-----|-----|-----|
| 405-1 | Diversità negli organi di governo e dipendenti | | | |
| Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per genere CCHBCI | | | | |
| Uomini | % | 75 | 75 | 100 |
| Donne | % | 25 | 25 | 0 |
| Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per fasce di età CCHBCI | | | | |
| Under 30 | % | 0 | 0 | 0 |
| Tra 30 e 50 | % | 50 | 50 | 75 |
| Over 50 | % | 50 | 50 | 25 |
| Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per genere FdV | | | | |
| Uomini | % | 100 | 100 | 100 |
| Donne | % | 0 | 0 | 0 |
| Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per fasce di età FdV | | | | |
| Under 30 | % | 0 | 0 | 0 |
| Tra 30 e 50 | % | 75 | 75 | 100 |
| Over 50 | % | 25 | 25 | 0 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Dirigenti | | | | |
| Uomini | % | 68 | 67 | 68 |
| Donne | % | 32 | 33 | 32 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Quadri | | | | |
| Uomini | % | 67 | 66 | 68 |
| Donne | % | 33 | 34 | 32 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Impiegati | | | | |
| Uomini | % | 66 | 67 | 67 |
| Donne | % | 34 | 33 | 33 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Operai | | | | |
| Uomini | % | 89 | 90 | 90 |
| Donne | % | 11 | 10 | 10 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Espatriati | | | | |
| Uomini | % | 67 | 50 | 50 |
| Donne | % | 33 | 50 | 50 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Dirigenti | | | | |
| Under 30 | % | 0 | 0 | 0 |
| Tra 30 e 50 | % | 65 | 72 | 67 |
| Over 50 | % | 35 | 28 | 33 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Quadri | | | | |
| Under 30 | % | 0 | 2 | 4 |
| Tra 30 e 50 | % | 78 | 77 | 73 |
| Over 50 | % | 22 | 21 | 23 |



A CONTARE SONO I FATTI

| | | | | |
|---|--|-------|-------|-------|
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Impiegati | | | | |
| Under 30 | % | 10 | 10 | 10 |
| Tra 30 e 50 | % | 64 | 65 | 65 |
| Over 50 | % | 26 | 25 | 25 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Operai | | | | |
| Under 30 | % | 5 | 6 | 6 |
| Tra 30 e 50 | % | 53 | 53 | 52 |
| Over 50 | % | 42 | 41 | 42 |
| Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Espatriati | | | | |
| Under 30 | % | 0 | 0 | 0 |
| Tra 30 e 50 | % | 33 | 50 | 100 |
| Over 50 | % | 67 | 50 | 0 |
| 405-2 | Rapporto tra la retribuzione variabile delle donne e degli uomini per categoria professionale | | | |
| Dirigenti | n. | 86,28 | 88,40 | 82,66 |
| Quadri | n. | 98,51 | 96,76 | 94,95 |
| Impiegati | n. | 96,60 | 96,39 | 96,82 |
| Operai | n. | 91,03 | 89,21 | 88,57 |
| Espatriati | n. | N/D | N/D | N/D |
| Rapporto tra la retribuzione base delle donne e degli uomini per categoria professionale | | | | |
| Dirigenti | n. | 88,52 | 90,61 | 83,83 |
| Quadri | n. | 99,15 | 97,22 | 96,91 |
| Impiegati | n. | 98,63 | 98,29 | 98,92 |
| Operai | n. | 90,30 | 88,43 | 88,05 |
| Espatriati | n. | N/D | N/D | N/D |

INDICE DEI CONTENUTI GRI

| GRI STANDARDS | INFORMATIVA | NUMERO DI PAGINA /RIFERIMENTO DIRETTO | OMISSIONI |
|---|--|---|---|
| GRI 102: GENERAL STANDARD DISCLOSURES | | | |
| INFORMATIVE GENERALI | | | |
| GRI 102: Informative generali (versione 2016) | 102-1 Nome dell'organizzazione | Coca-Cola HBC Italia S.r.l. | |
| | 102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi | Pag. 8, 9, 12 - 15 Si noti, inoltre, che nessuno dei prodotti di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. è bannato sul mercato e che vengono rispettate tutte le norme locali legali per la vendita e la commercializzazione di tali prodotti. Qualora gli stakeholder esprimano dubbi circa gli ingredienti dell'industria delle bevande, si rimandano alle associazioni industriali aziendali e altre alleanze. | |
| | 102-3 Luogo della sede principale | La sede centrale è situata a Sesto San Giovanni (MI), Piazza Indro Montanelli, n. 30. | |
| | 102-4 Luogo delle attività | Coca-Cola HBC Italia opera sul territorio italiano. | |
| | 102-5 Proprietà e forma giuridica | Pag. 74, 75 | |
| | 102-6 Mercati serviti | Pag. 8, 9, 12 - 15 I tre principali canali di vendita della struttura commerciale di Coca-Cola HBC Italia sono: Modern Trade (grande distribuzione organizzata e locale, grandi clienti nazionali e internazionali del canale Horeca), Wholesalers e TPV (canale ingrosso e distribuzione automatica), Normal Trade (canale Horeca, costituito in maggioranza da bar, ristoranti, negozi tradizionali, parchi a tema e hotel). | |
| | 102-7 Dimensione dell'organizzazione | Numero totale di dipendenti: 1.862. Numero totale di operazioni (stabilimenti produttivi): 5; Quantità di prodotti e servizi forniti (milioni di litri di bevanda prodotti): 1.358 | Le informazioni di carattere finanziario, per vincoli di riservatezza definiti Gruppo Coca-Cola HBC, non vengono rendicontate a livello locale. |
| | 102-8 Informazioni su dipendenti e su altri lavoratori | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Il dato relativo al personale esterno non è al momento disponibile, ad eccezione di quello dei lavoratori somministrati, che al 31/12/21 risultano pari a 343 unità. Le numeriche relative ai dipendenti sono rendicontate come numero di teste al 31/12. | |
| | 102-9 Catena di fornitura | Pag. 26 - 29 | |
| | 102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura | Non ci sono stati cambiamenti significativi nell'organizzazione e nella catena di fornitura. | |
| | 102-11 Principio di precauzione | Pag. 19 - 21 | |
| | 102-12 Iniziative esterne | Pag. 16, 66 - 69 | |
| | 102-13 Adesioni ad associazioni | Pag. 12, 57 | |



A CONTARE SONO I FATTI

| | |
|---|--|
| 102-14 Dichiarazione di un alto dirigente | Pag. 4 - 5 |
| 102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento | Pag. 10, 74 - 75 |
| 102-18 Struttura della governance | Pag. 10, 73 - 75 Le decisioni di carattere economico, ambientale e sociale sono prese dal Senior Leadership Team e dal CdA per le rispettive aree di competenza. |
| 102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder | Pag. 17 |
| 102-41 Accordi di contrattazione collettiva | 100% dei dipendenti. |
| 102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder | Pag. 17 |
| 102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder | Pag. 17, 54 |
| 102-44 Temi e criticità chiave sollevati | Pag. 18, 54 |
| 102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato | Pag. 8, 73 |
| 102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi | Pag. 18, 73, 76 |
| 102-47 Elenco dei temi materiali | Pag. 18, 76 |
| 102-48 Revisione delle informazioni | Non si registrano revisioni delle informazioni rispetto al precedente report. |
| 102-49 Modifiche nella rendicontazione | Non si registrano modifiche rispetto al precedente report. |
| 102-50 Periodo di rendicontazione | Il report fa riferimento al periodo compreso tra il 1° gennaio 2021 e il 31 dicembre 2021. |
| 102-51 Data del report più recente | 28 maggio 2021. |
| 102-52 Periodicità della rendicontazione | Annuale. |
| 102-53 Contatti per richiedere informazioni sul report | Per approfondimenti e chiarimenti su quanto rendicontato si rinvia a http://it.coca-colahellenic.com/it/contattaci/ nella sezione Corporate Responsibility. |
| 102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards | Pag. 73 |
| 102-55 Indice dei contenuti GRI | Pag. 85 - 99 |
| 102-56 Assurance esterna | Pag. 100 - 102 |

APPENDICE

TEMI MATERIALI

GENERAZIONE E CONDIVISIONE DI VALORE

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: PERFORMANCE ECONOMICHE

| | | | |
|---|--|-----------------|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 11, 18, 76 | |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 11 | |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 11, 18 | |
| GRI 201: Performance economiche (versione 2016) | 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito | | Le informazioni di carattere finanziario, per vincoli di riservatezza definiti da Gruppo Coca-Cola HBC, non vengono rendicontate a livello locale. |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI

| | | | |
|--|--|--|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 11, 18, 67 - 71, 76 | |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 11, 67 - 71 | |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 11, 18, 67 - 71 | |
| GRI 203: Impatti economici indiretti (versione 2016) | 203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi finanziati | Pag. 67 - 71 Il progetto #YouthEmpowered rientra nella categoria di engagement pro-bono | |
| | 203-2 Impatti economici indiretti significativi | Pag. 67 - 71 | |

CITTADINANZA D'IMPRESA

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI

| | | | |
|--|--|--|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 11, 18, 67 - 71, 76 | |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 11, 67 - 71 | |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 11, 18, 67 - 71 | |
| GRI 203: Impatti economici indiretti (versione 2016) | 203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi finanziati | Pag. 67 - 71 Il progetto #YouthEmpowered rientra nella categoria di engagement pro-bono | |
| | 203-2 Impatti economici indiretti significativi | Pag. 67 - 71 | |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: COMUNITÀ LOCALI

| | | | |
|--|--|----------------------|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 11, 64 - 71, 76 | |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 64 - 71 | |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 64 - 71 | |
| GRI 413: Comunità locali (versione 2016) | 413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni di impatto e programmi di sviluppo | Pag. 11, 64 - 71 | |



A CONTARE SONO I FATTI

APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO

| | | |
|---|--|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag.18, 26 -28, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 26 - 28 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 26 - 28 |
| GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (versione 2016) | 204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali | Nord: 62% Centro: 8% Sud: 11% Estero: 19% La definizione di "locale" fa riferimento alle regioni italiane dal momento che il Gruppo svolge la propria attività esclusivamente sul territorio italiano. I dati sono rappresentati in forma aggregata mediante la determinazione di macro-aree geografiche di vendita secondo la classificazione Nielsen (Nord, Centro, Sud ed Estero) I principali uffici operativi sono situati negli stabilimenti di produzione |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI

| | | |
|---|--|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 26 - 28, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 26 - 28 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 26 - 28 |
| GRI 308-1: Valutazione ambientale dei fornitori (versione 2016) | 308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali | Coca-Cola HBC Italia nel corso del 2021 ha valutato secondo criteri ambientali un totale di 8 fornitori, pari al 6% dei nuovi fornitori totali |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 11, 26 - 28, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 26 - 28 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 26 - 28 |
| GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (versione 2016) | 414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali | Coca-Cola HBC Italia nel corso del 2021 ha valutato secondo criteri sociali un totale di 137 fornitori, pari al 100% dei nuovi fornitori totali |

GOVERNANCE RESPONSABILE

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: ANTICORRUZIONE

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 10, 18, 74 - 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 10, 74 - 75 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 10, 18, 74 - 75 |
| GRI 205 Anticorruzione (versione 2016) | 205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione | Il 100% delle sedi operative (inclusi tutti gli stabilimenti) e dei processi aziendali di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture è valutato per i rischi legati alla corruzione. |

APPENDICE

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

Tutti e 4 i componenti del CdA di Coca-Cola HBC Italia, i 4 componenti del CdA di Fonti del Vulture (a nomina del socio Coca-Cola HBC Italia) e il Senior Leadership Team (SLT) hanno ricevuto una copia del Codice di Comportamento negli Affari e del Manuale Anticorruzione.

Il 100% dei dipendenti di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture ha ricevuto una copia (cartacea o virtuale) del Codice di Comportamento negli Affari e del Manuale Anticorruzione e/o è stato invitato al relativo training negli ultimi due anni.

Per gli stakeholder esterni di Coca-Cola HBC Italia, il Manuale Anticorruzione, così come le altre principali policy in materia di integrità e onestà nella conduzione degli affari, sono resi noti tramite pubblicazione sul sito web istituzionale e inclusi negli eventuali contratti.

Tutti e 4 i componenti del CdA di Coca-Cola HBC Italia, i 2 componenti del CdA di Fonti del Vulture (a nomina del socio Coca-Cola HBC Italia) e il Senior Leadership Team (SLT), sono tenuti ad effettuare i training sul Codice di Comportamento negli Affari e sul Manuale Anticorruzione ogni due anni, ed hanno ricevuto una copia del Codice di Comportamento negli Affari e del Manuale Anticorruzione.

Due membri del CdA di Fonti del Vulture (50% dei componenti del CdA) non sono tenuti ad effettuare questi training, in quanto non dipendenti di Fonti del Vulture né di Coca-Cola HBC Italia, e nominati da altro socio.

Il 100% dei dipendenti di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture è tenuto ad effettuare i training sul Codice di Comportamento negli Affari ogni due anni.

2 su 4 membri dell'organo sono dipendenti di TCCC e sono già stati coinvolti nel loro programma di compliance (50%).

Nel 2021 i corsi di formazione COBC e anticorruzione sono stati erogati a tutta la popolazione attraverso la piattaforma di e-learning (HELO). Sempre nel 2021 si è svolta la campagna di comunicazione annuale (settimana dell'etica e della compliance) per promuovere e diffondere la conoscenza della nostra politica.

Il 100% dei dipendenti considerati a rischio corruzione (83 totali tra CCHBCI e FdV) sono tenuti ad effettuare il training anticorruzione annualmente.

Tutti i contratti con i fornitori includono le clausole COBC e AB.

Tutti i nuovi fornitori sono tenuti ad accettare le politiche aziendali per entrare nell'anagrafica fornitori.

205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese

Nel corso del 2021, così come nel 2020, non sono stati segnalati casi di corruzione accertati che hanno portato a licenziamento nei confronti di dipendenti o a provvedimenti per cui contratti con i partner commerciali sono stati risolti o non sono stati rinnovati a causa di violazioni legate alla corruzione.

Inoltre, durante il periodo di rendicontazione, non ci sono stati episodi di cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro Coca-Cola HBC Italia o i suoi dipendenti.



A CONTARE SONO I FATTI

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE

| | | |
|---|---|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 10, 18, 74 - 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 10, 74 - 75 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 10, 18, 74 - 75 |
| GRI 206 Comportamento anti-concorrenziale (versione 2016) | 206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche | Nel corso del 2021, così come nel 2020, non si sono presentate azioni legali in corso o concluse in materia di comportamento anticoncorrenziale, violazione delle normative antitrust e relative pratiche monopolistiche nelle quali Coca-Cola HBC Italia è stata identificata come partecipante. |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: COMPLIANCE AMBIENTALE

| | | |
|--|--|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 10, 18, 24, 74 - 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 10, 24, 74 - 75 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 10, 18, 74 - 75 |
| GRI 307 Compliance ambientale (versione 2016) | 307-1 Non conformità con leggi e normative in materia ambientale | Nel corso del 2021, così come del 2020, non si sono registrate pene pecuniarie e sanzioni non monetarie significative riferite a non conformità con leggi e normative in materia ambientale. |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA

| | | |
|---|--|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 10, 18, 74 - 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 10, 74 - 75 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 10, 18, 74 - 75 |
| GRI 419 Compliance socioeconomica (versione 2016) | 419-1 Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica | Nel corso del 2021, così come nel 2020, non si sono registrate pene pecuniarie e sanzioni non monetarie significative riferite a non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica. |

PACKAGING E GESTIONE DEI RIFIUTI

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: MATERIALI

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 24 - 27, 30, 38 - 42, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 24 - 27, 30, 38 - 42 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 24 - 27, 30, 38 - 42 |
| GRI 301 Materiali (versione 2016) | 301-1 Materiali utilizzati per peso o volume | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Tutti i materiali sono acquistati da fornitori esterni. |
| | 301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo | I materiali che hanno una componente da riciclo sono l'alluminio (60%), vetro (36%) e il PET riciclato (rPET). |

APPENDICE

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: RIFIUTI

| | | |
|--|---|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 24 - 27, 36 - 38, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 24 - 27, 36 - 38 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 24 - 27, 36 - 38 |
| GRI 306: Rifiuti (versione 2020) | 306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti | 36, 37 |
| | 306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti | 36, 37 I rifiuti sono monitorati nei siti in accordo alla normativa applicabile, tramite formulari e registri di carico/scarico. |
| | 306-3 Rifiuti prodotti | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento" |
| | 306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento". I rifiuti sono conferiti a impianti di recupero/ smaltimento autorizzati, sottoposti a periodici audit da parte della funzione HSE di CCHBCI, secondo un calendario prestabilito. L'unico sito che effettua trattamento diretto dei rifiuti è lo stabilimento di Nogara, che dispone di autorizzazione per il trattamento dei rifiuti costituiti da prodotto non conforme da distruggere. |
| | 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento". I rifiuti sono conferiti a impianti di recupero/ smaltimento autorizzati, sottoposti a periodici audit da parte della funzione HSE di CCHBCI, secondo un calendario prestabilito. L'unico sito che effettua trattamento diretto dei rifiuti è lo stabilimento di Nogara, che dispone di autorizzazione per il trattamento dei rifiuti costituiti da prodotto non conforme da distruggere. |

CAMBIAMENTO CLIMATICO

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: ENERGIA

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 24, 31, 47, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 24, 31, 47 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 24, 31, 47 |
| GRI 302: Energia (versione 2016) | 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Tutte le fonti di energia consumata vengono misurate separatamente, per tipologia e per stabilimento su base mensile attraverso un software specializzato. I fattori di conversione utilizzati sono basati sul valore calorico, in linea con il manuale di Coca-Cola HBC. Coca-Cola HBC Italia non vende energia per riscaldamento, vapore o raffreddamento. Al fine di evitare il double-counting, è stata considerata solo l'energia acquistata da impianti di cogenerazione non di proprietà e non l'energia autoprodotta da impianti di proprietà, in quanto sono stati considerati i consumi di combustibili non rinnovabili e rinnovabili utilizzati per gli impianti di cogenerazione di proprietà. |



A CONTARE SONO I FATTI

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

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: EMISSIONI

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 24, 31, 46, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 24, 31, 41, 46 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 24, 31, 46 |
| GRI 305: Emissioni (versione 2016) | 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Lo Scope 1 include le attività sotto il controllo operativo del Gruppo. Nel calcolo sono inclusi i seguenti gas: CO ₂ , NH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC. Nel rendicontare le emissioni il Gruppo utilizza il "Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard". I fattori di emissione provengono dai GHG Protocol tool for stationary and mobile combustion, la fonte dei gas refrigeranti è GWP IPCC 2007. L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo. |
| | 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Lo Scope 2 include le attività sotto il controllo operativo del Gruppo. Nel calcolo sono inclusi i seguenti gas: CO ₂ , NH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC. Nel rendicontare le emissioni il Gruppo utilizza il "Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard". L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo. |
| | 305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3) | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Nel calcolo dello Scope 3 sono inclusi i seguenti gas: : CO ₂ , NH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC. Nel rendicontare le emissioni il Gruppo utilizza il "Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard". L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo. |
| | 305-4 Intensità di emissione | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. |

GESTIONE RESPONSABILE DELL'ACQUA

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: ACQUA E SCARICHI IDRICI

| | | |
|--|--|-------------------------|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 24, 27, 33, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 24, 27, 33 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 24, 27, 33 |

APPENDICE

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

BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: OCCUPAZIONE

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 50 - 51, 70, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 50 - 51, 70 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 50 - 51, 70 |
| GRI 401: Occupazione (versione 2016) | 401-1 Nuove assunzioni e turnover | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Dal conteggio delle uscite e dal calcolo del relativo turnover vengono esclusi i passaggi infragruppo e a corporate employees, i contratti a scadenza, i contratti cessati il 31/12 o terminati nel corso dell'anno su base volontaria e in accordo con le rappresentanze sindacali. |
| | 401-3 Congedo parentale | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT

| | | |
|--|--|---------------------|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 50, 57, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 50, 57 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 50, 57 |
| GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (versione 2016) | 402-1 Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi | Pag. 57 |



A CONTARE SONO I FATTI

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: SICUREZZA E SALUTE SUL LAVORO

| | | |
|--|---|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2018) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 50, 58 - 61, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 50, 58 - 61 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 50, 58 - 61 |
| GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (versione 2018) | 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | <p>Il sistema di gestione di sicurezza, sia Coca-Cola HBC Italia che Fonti del Vulture, è certificato secondo lo standard ISO45001, rispettando la politica aziendale di Gruppo e di Company. All'interno del sistema di gestione viene garantito il rispetto e mantenimento della conformità legislativa applicabile. L'applicazione del sistema di gestione è valida a 360 gradi rispetto ai processi aziendali nel perimetro della certificazione. Il campo di applicazione della certificazione ISO45001 di Coca-Cola HBC Italia è il seguente: "Produzione di bevande a marchio The Coca-Cola Company, dal ricevimento di materie prime allo stoccaggio del prodotto finito nei magazzini interni. Distribuzione e vendita sul territorio di Coca-Cola HBC Italia delle bevande prodotte". Il campo di applicazione della certificazione ISO 45001 di Fonti del Vulture è il seguente: "Coltivazione e imbottigliamento acque minerali". Non vi sono dipendenti né attività aziendali esclusi dal campo di applicazione della certificazione, sia per Coca-Cola HBC Italia che per Fonti del Vulture.</p> |
| | 403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti | <p>Il processo di individuazione dei pericoli e di valutazione dei rischi è effettuato, in ciascun sito aziendale così come per Sesto Head Quarters e per la funzione Sales, dal rispettivo Servizio di Prevenzione e Protezione, in piena conformità a quanto previsto dal D. Lgs 81/2008. In ogni sito aziendale e nella funzione Sales è implementato un sistema di monitoraggio e reporting all'H&S Manager dei near miss e situazioni pericolose. L'H&S Manager guida l'analisi delle cause che ne hanno determinato l'occorrenza e l'implementazione delle necessarie azioni correttive. A seguito di ogni incidente correlato al lavoro occorso in un dato sito o funzione Sales, l'H&S manager di competenza conduce una analisi approfondita delle cause primarie che hanno causato il manifestarsi dell'evento, utilizzando la metodologia dei "5 perché". L'analisi è condotta con il coinvolgimento di altre figure aziendali (testimoni dell'evento, RLS, colleghi esperti). Per ogni incidente, sono quindi definite specifiche azioni correttive sottoposte a monitoraggio periodico.</p> |
| | 403-3 Servizi di medicina del lavoro | <p>In ogni sito aziendale e nella funzione Sales è istituito il Servizio di Prevenzione e Protezione dai Rischi che opera conformemente a quanto previsto dal D. Lgs 81/2008.</p> |

APPENDICE

| | |
|---|---|
| 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro | A partire da giugno 2020 è stato istituito il Country RLS Committee, incontri trimestrali effettuati da dipendenti che includono anche i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS) ai fini della sicurezza, con lo scopo di consolidare ed incrementare la cultura e la consapevolezza in ambito H&S mediante una sempre più crescente partecipazione e consultazione dei lavoratori sulle tematiche specifiche, rafforzando la collaborazione con gli stessi per raggiungere i più alti standard di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro anche in accordo a quanto previsto dalla norma ISO 45001:2018 |
| 403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro | La formazione in tema di salute e sicurezza è svolta secondo quanto previsto dall'Accordo Stato-Regioni 21.12.2011 in materia di formazione dei lavoratori, dirigenti e preposti. Essa copre la formazione generale, quella specifica incentrata sui rischi associati alle diverse mansioni aziendali, quella per preposti e per dirigenti. Per tutti, è previsto un aggiornamento periodico di 6h ogni 5 anni. Oltre alla formazione prevista da tale Accordo, sono erogati anche corsi che seguono normative specifiche (primo soccorso, antincendio, uso attrezzature di lavoro, formazione in materia BBS). |
| 403-6 Promozione della salute dei lavoratori | Tutti i lavoratori di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture sono soggetti alla sorveglianza sanitaria secondo quanto previsto dall'art 41 del D. Lgs 81/2008. In ogni sito e nella funzione Sales sono nominati medici competenti: essi svolgono le visite mediche sulla base del protocollo sanitario stilato sulla base del documento di valutazione dei rischi in essere. Nel 2021, ai lavoratori è stato offerto il consulto psicologico (attivo già dal 2020) e la vaccinazione antinfluenzale offerta su base volontaria a tutti i dipendenti. |



A CONTARE SONO I FATTI

403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali

L'approccio adottato dall'organizzazione ai fini della mitigazione degli impatti negativi in materia H&S è descritto nella politica in materia H&S. Per garantire un ambiente di lavoro sicuro e che garantisca il benessere dei lavoratori l'azienda si impegna a:

- garantire che i rischi per la salute e la sicurezza associati ai processi e agli ambienti di lavoro siano controllati al fine di prevenire infortuni e malattie professionali;
- assicurare che tutti i dipendenti a ogni livello dell'organizzazione capiscano e si impegnino a rispettare e ad implementare le procedure e le politiche per la salute e la sicurezza favorendo corrette e sicure prassi operative e l'uso dei dispositivi di protezione individuale;
- prevedere il coinvolgimento e la partecipazione dei dipendenti o dei loro rappresentanti alle attività per l'eliminazione e la riduzione dei rischi presenti nei luoghi di lavoro;
- sviluppare competenze in materia di salute e sicurezza attraverso un programma di formazione efficace a tutti i livelli dell'organizzazione;
- investigare per determinare le cause profonde di eventuali incidenti, infortuni sul lavoro e malattie professionali e intraprendere le necessarie azioni per prevenirne il ripetersi.

403-9 Infortuni sul lavoro

Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Coca-Cola HBC Italia rendiconta gli infortuni gravi rispetto alla metodologia di Gruppo indicata all'interno del "White Book", in cui rientrano casistiche più ampie rispetto a quelle richieste dallo standard di rendicontazione GRI Standard. Il tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro è calcolato come il rapporto tra i decessi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) è calcolato come il rapporto degli infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come il rapporto tra gli infortuni sul lavoro registrabili avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il dato relativo ai lavoratori esterni include le seguenti categorie: somministrati, ditte residenti, lavoratori della logistica e manutentori. Il dato relativo alle ore lavorate dai lavoratori esterni è stato stimato secondo le migliori metodologie disponibili, e non include le ore dei contractors di Lurisia.

GRI 403-10: Malattie professionali

Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Nel 2021 non sono pervenute informazioni riguardanti casi di malattie professionali da parte dei contractors.

APPENDICE

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: FORMAZIONE E ISTRUZIONE

| | | |
|--|---|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 51 - 55, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 51 - 55 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 51 - 55 |
| GRI 404: Formazione e istruzione (versione 2016) | 404-1 Ore medie di formazione annue per dipendente | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. |
| | 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. |

DIRITTI UMANI, INCLUSIONE E GESTIONE DELLA DIVERSITÀ

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

| | | |
|---|---|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 54 - 56, 66, 70, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 54 - 56, 66, 70 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 54 - 56, 66, 70 |
| GRI 405: Diversità e pari opportunità (versione 2016) | 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. |
| | 405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini | Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: NON DISCRIMINAZIONE

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 56, 70, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 56, 70 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 56, 70 |
| GRI 406: Non discriminazione (versione 2016) | 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate | Nel corso del 2021, così come nel 2020, non sono stati rilevati episodi di discriminazione basati su razza, colore, sesso, religione, opinione politica, discendenza nazionale o origine sociale. |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 50, 57, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 50, 57 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 50, 57 |
| GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (versione 2016) | 407-1 Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio | Nessun episodio nel 2021, così come nel 2020. Non sono state registrate attività di fornitori a rischio di violazione della libertà di associazione collettiva. |



A CONTARE SONO I FATTI

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: LAVORO MINORILE

| | | |
|--|--|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 28, 50, 56, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 28, 50, 56 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 28, 50, 56 |
| GRI 408: Lavoro minorile (versione 2016) | 408-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile | Nessun episodio nel 2021, così come nel 2020. Nessuna attività o fornitore a rischio di episodi di lavoro minorile. Coca-Cola HBC Italia rispetta tutte le leggi locali sull'età minima per l'impiego, come previsto dalla Convenzione ILO 138. Inoltre, vieta l'assunzione di individui che abbiano meno di 18 anni per le posizioni in cui è richiesto lavoro pericoloso, come previsto dalla Convenzione ILO 182. Tutti i fornitori devono firmare e accettare i principi guida dei fornitori di CCHBC quando entrano in relazione con CCHBC. I principi guida dei fornitori includono anche una clausola riguardante il lavoro minorile e il lavoro forzato. |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO

| | | |
|--|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 28, 50, 56, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 28, 50, 56 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 28, 50, 56 |
| GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio (versione 2016) | 409-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio | Nessun episodio nel 2021, così come nel 2020. Nessuna attività o fornitore a rischio di episodi di lavoro forzato o obbligatorio. Tutti i fornitori devono firmare e accettare i principi guida dei fornitori di CCHBC quando entrano in relazione con CCHBC. I principi guida dei fornitori includono anche una clausola riguardante il lavoro minorile e il lavoro forzato. |

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: VALUTAZIONE DEL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI

| | | |
|---|--|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 18, 28, 50, 56, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 28, 50, 56 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 18, 28, 50, 56 |
| GRI 412: Valutazione del rispetto dei diritti umani (versione 2016) | 412-2 Formazione dei dipendenti sulle politiche o le procedure sui diritti umani | Così come nel 2020, nel 2021 non sono stati svolti corsi di formazione riguardanti i diritti umani. |

BENESSERE E NUTRIZIONE

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI

| | | |
|--|---|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 14 - 15, 18, 28, 34, 50, 56, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 14 - 15, 28, 34, 50, 56 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 14 - 15, 18, 28, 34, 50, 56 |
| | 416-2 Episodi di non conformità riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi | Coca-Cola HBC Italia opera secondo un principio di "tolleranza zero" verso le non conformità in tema di sicurezza e qualità alimentare. A testimonianza di tale impegno, nel corso del 2021 non si sono registrati episodi di violazione riguardo regolamenti e/o codici volontari relativi agli impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi offerti. |

APPENDICE

| | | |
|---|---|---|
| G4 Sector Disclosures - Food processing (versione 2014) | FP6 Percentuale dei volumi di vendita totali di prodotti di consumo, suddivisi per categoria, con ridotto contenuto di grassi saturi, acidi grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti | 22% - Bevande gassate 22% - Energy drink |
| G4 Sector Disclosures - Food processing (versione 2014) | FP7 Percentuale dei volumi di vendita totali di prodotti di consumo, suddivisi per categoria, che contengono ingredienti arricchiti di sostanze nutritive quali fibre, vitamine, minerali, fitochimici o additivi alimentari funzionali | 20% - Succhi di Frutta 4% - Sport drinks 100% - Plant dairy |

QUALITÀ DEL PRODOTTO

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI

| | | |
|---|---|---|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 14 - 15, 18, 28, 34, 50, 56, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 14 - 15, 28, 34, 50, 56 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 14 - 15, 18, 28, 34, 50, 56 |
| GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (versione 2016) | 416-2 Episodi di non conformità riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi | Coca-Cola HBC Italia opera secondo un principio di "tolleranza zero" verso le non conformità in tema di sicurezza e qualità alimentare. A testimonianza di tale impegno, nel corso del 2021 non si sono registrati episodi di violazione riguardo regolamenti e/o codici volontari relativi agli impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi offerti |

MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILE

INFORMATIVE SPECIFICHE GRI: MARKETING ED ETICHETTATURA

| | | |
|---|---|--|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 8, 14, 18, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 8, 14 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 8, 14, 18 |
| GRI 417: Marketing ed etichettatura (versione 2016) | 417-2 Episodi di non conformità riguardanti le informazioni e l'etichettatura di prodotti e servizi | Nel corso del 2021, così come nel 2020, non si sono registrati episodi di non conformità riguardanti le informazioni e l'etichettatura di prodotti e servizi |
| | 417-3 Casi di non conformità riguardanti le comunicazioni di marketing | Nel corso del 2021, così come nel 2020, non si sono registrate pene pecuniarie e sanzioni non monetarie significative riferite a non conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione in materia di comunicazioni di marketing, tra cui pubblicità, promozione e sponsorizzazioni. |

INNOVAZIONE

| | | |
|--|--|---------------------------------------|
| GRI 103: Approccio di gestione (versione 2016) | 103-1 Spiegazione della materialità del tema e del suo perimetro | Pag. 12, 18, 30, 34 - 35, 38 - 47, 76 |
| | 103-2 L'approccio di gestione e le sue componenti | Pag. 12, 30, 34 - 35, 38 - 47 |
| | 103-3 Valutazione dell'approccio di gestione | Pag. 12, 18, 30, 34 - 35, 38 - 47 |



A CONTARE SONO I FATTI

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Deloitte.

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

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

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

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

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“*limited assurance engagement*”) del Rapporto di Sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. (di seguito anche “Società”) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2021.

Responsabilità degli Amministratori per il Rapporto di Sostenibilità

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

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

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l’identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

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

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

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

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

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

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

© Deloitte & Touche S.p.A.



Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Rapporto di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel *“International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information”* (di seguito *“ISAE 3000 Revised”*), emanato dall’*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Rapporto di Sostenibilità non contenga errori significativi.

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

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

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

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



A CONTARE SONO I FATTI

Deloitte.

3

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

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

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Rapporto di Sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Rapporto di Sostenibilità.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

Silvia Dallai
Socio

Bologna, 15 giugno 2022

Coordinamento Progetto Editoriale
Direzione Corporate Affairs & Sustainability
COCA-COLA HBC ITALIA

Supporto metodologico
Avanzi - Sostenibilità per Azioni

Concept e design
Graphicamente - MI

Illustrazioni
Alphavector/Shutterstock.com



**Coca-Cola HBC
Italia**