

# LA SCELTA DI GUARDARE LONTANO



**RAPPORTO  
DI SOSTENIBILITÀ 2022**  
19ª edizione



Coca-Cola HBC  
Italia







## MESSAGGIO

4

## HIGHLIGHTS

6



## IDENTITÀ

### La nostra identità:

GUARDIAMO LONTANO  
PER ACCOGLIERE  
IL CAMBIAMENTO

8

IL NOSTRO MODELLO  
DI BUSINESS SOSTENIBILE

10

I NOSTRI PRODOTTI:  
SIAMO IL PARTNER LEADER 24/7  
NEL SETTORE DELLE BEVANDE

18

VERSO UN CONSUMO  
RESPONSABILE

21

IL NOSTRO APPROCCIO  
PER UNA CRESCITA  
SOSTENIBILE E INCLUSIVA

24

PER UNA MIGLIORE GESTIONE  
DEI RISCHI

28

## AMBIENTE

### Sostenibilità, responsabilità, circularità:

È COSÌ CHE DIAMO FORMA  
A UN FUTURO MIGLIORE

32

UN PERCORSO  
CHE NASCE DALLA FILIERA

34

SOSTENIBILI DAL PRINCIPIO

37

PRODUZIONE DELLE BEVANDE:  
UNA QUESTIONE  
DI INNOVAZIONE

40

IMBOTTIGLIAMENTO:  
LE VITE DEL PACKAGING

49

DIREZIONE CONSUMATORE

58

## **PERSONE**

### **Crescere insieme:**

LA NOSTRA VISIONE  
PER LE NOSTRE PERSONE

**62**

SONO LE PERSONE  
A FARE LA DIFFERENZA

**64**

IL VALORE DEL BENESSERE

**69**

DIRITTI UMANI E INCLUSIONE

**72**

RELAZIONI INDUSTRIALI

**74**

SALUTE E SICUREZZA:  
"ZERO IS POSSIBLE"

**76**

## **COMUNITÀ**

### **Creare valore nelle comunità:**

È LÌ CHE RIVOLGIAMO  
IL NOSTRO SGUARDO

**80**

VIVERE LA COMUNITÀ

**82**

SPAZIO AI GIOVANI

**86**

DIVERSO È BELLO

**90**

## **APPENDICE**

**93**

NOTA METODOLOGICA

**94**

STRUMENTI E SISTEMA  
DI GOVERNO

**95**

IMPATTI

**98**

CORRELAZIONE DEI TEMI  
MATERIALI CON GLI STANDARD  
GRI E COINVOLGIMENTO  
NEGLI IMPATTI

**104**

DATI ANALITICI

**105**

INDICE DEI CONTENUTI GRI

**115**

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ  
DI REVISIONE

**133**

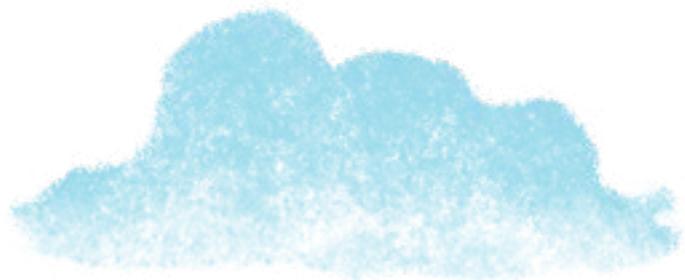




# CARA LETTTRICE, CARO LETTTORE,



È CON PIACERE CHE IN QUESTA 19ª EDIZIONE DEL RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ  
DI COCA-COLA HBC ITALIA RACCONTIAMO IL NOSTRO SVILUPPO SOSTENIBILE E INCLUSIVO.  
IL DOCUMENTO, CHE SIAMO STATI TRA I PRIMI A INTRODURRE IN ITALIA, REDATTO SECONDO I PARAMETRI  
DI RENDICONTAZIONE INTERNAZIONALE GRI STANDARDS IN ACCORDANCE E REVISIONATO  
DA DELOITTE & TOUCHE S.P.A., RACCHIUDE OBIETTIVI, INVESTIMENTI, STRATEGIE E RISULTATI OTTENUTI.



Il nostro modo di fare impresa è profondamente legato al contesto globale sempre più complesso e stimolante in cui operiamo. Il profondo legame con i territori nei quali siamo presenti da quasi 100 anni è uno degli elementi distintivi della nostra realtà industriale. Il nostro modello di business non cancella le distinzioni geografiche locali, ma anzi le comprende e le esalta, parlando la lingua delle comunità dove creiamo posti di lavoro, promuoviamo programmi per la tutela ambientale, sosteniamo organizzazioni no-profit e le fasce più sensibili della popolazione. Siamo un'impresa dal respiro globale, ma siamo soprattutto persone legate ai nostri territori.

La scelta di guardare lontano e di affrontare le sfide che ci si pongono dinnanzi, ci ha portato a ridisegnare la storia delle nostre bevande per agevolare la circolarità degli imballaggi, attraverso investimenti nei sei stabilimenti di produzione, con progetti che puntano a ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività. Questa missione è guidata dall'adozione delle migliori tecnologie produttive, dalle innovazioni di ecodesign del packaging e dall'implementazione di azioni che hanno ottenuto importanti risultati. Tra questi, il passaggio dell'intero portafoglio bibite alla plastica riciclata (rPET), la riapertura della fabbrica di Gaglianico per la produzione di preforme in rPET per l'imbottigliamento dei nostri prodotti e l'implementazione di "Tethered Cap" per tenere i tappi legati alle bottiglie, con l'obiettivo di ridurre la dispersione di plastica nell'ambiente.

In questo rapporto vi raccontiamo dei nostri prodotti, dei nostri valori e delle competenze delle persone che ogni giorno lavorano per renderli disponibili ai nostri consumatori.

È un percorso che abbraccia ogni aspetto della sostenibilità e tiene conto delle istanze dei nostri stakeholder che ogni anno partecipano alla definizione delle questioni che meglio rappresentano la nostra attività e ci aiutano ad affrontare la sfida della transizione ecologica.

**BUONA LETTURA,**



**MILES KAREMACHER**  
General Manager Coca-Cola HBC Italia





## IDENTITÀ

# LA NOSTRA IDENTITÀ:

guardiamo lontano per accogliere il cambiamento

Siamo presenti in Italia con circa **2.000 dipendenti** nei nostri **6 stabilimenti\*** e nella sede centrale

Innoviamo per soddisfare i nostri clienti: siamo il **partner leader 24/7 nel settore delle bevande**

Promuoviamo **sviluppo e cambiamento** lungo l'intera filiera guidando una crescita sostenibile e inclusiva

Il **71%** dei prodotti del portafoglio Coca-Cola in Italia è a basso, ridotto o nullo contenuto calorico



## AMBIENTE

# SOSTENIBILITÀ, RESPONSABILITÀ, CIRCOLARITÀ:

è così che diamo forma a un futuro migliore

Tutte le bottiglie in plastica delle nostre bibite sono in **100% PET riciclato (rPET)** da preforme prodotte nella fabbrica di **Gaglianico (BI)\***

I principali marchi del portafoglio Coca-Cola hanno i **Tethered Caps**, i tappi uniti alla bottiglia, per semplificare raccolta e riciclo e ridurre la dispersione della plastica nell'ambiente

Il **100%** di energia elettrica acquistata dalla rete nel 2022 proviene da fonti rinnovabili

**99,94%** di rifiuti da processi di imbottigliamento destinati a riciclo, avvicinandoci allo "zero landfill"



\* Si segnala che lo stabilimento CCH CircularPET di Gaglianico (BI) è di proprietà di Coca-Cola HBC ed è pertanto escluso dal perimetro del presente Rapporto di Sostenibilità

## PERSONE

**CRESCERE INSIEME:**

la nostra visione  
per le nostre persone

Abbiamo erogato circa **50.000 ore**  
di formazione e corsi di orientamento  
ad oltre **1.600 dipendenti**

Siamo **Top Employer**  
per il **7° anno consecutivo**

Con la **"Sales Academy"**,  
oltre **650 colleghi** del team vendite  
hanno sviluppato tecniche di vendita  
e negoziazione

Il nostro percorso per la parità di genere  
è stato certificato da **IDEM**



## COMUNITÀ

**CREARE VALORE  
NELLE COMUNITÀ:**

è lì che rivolgiamo  
il nostro sguardo

Da oltre **15 anni** collaboriamo con  
**Banco Alimentare** contro gli sprechi:  
**650.000 pasti** donati nel 2022  
e **62.000€** raccolti dai nostri dipendenti

Con **#YouthEmpowered**  
siamo al fianco dei giovani per supportarne  
la crescita, il talento e l'orientamento:  
**62.500** ragazzi formati nel 2022

Diversità e inclusione: da anni siamo  
al fianco della comunità **LGBTQIA+**  
partecipando ai **Pride** di Milano, Napoli,  
Padova e Torino e sostenendo 4 case famiglia.  
Inoltre, abbiamo formato i nostri dipendenti  
per scardinare i pregiudizi inconsapevoli  
anche sul luogo di lavoro per un ambiente  
sempre più inclusivo







# LA NOSTRA IDENTITÀ:

guardiamo lontano per accogliere il cambiamento



1

# IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS SOSTENIBILE

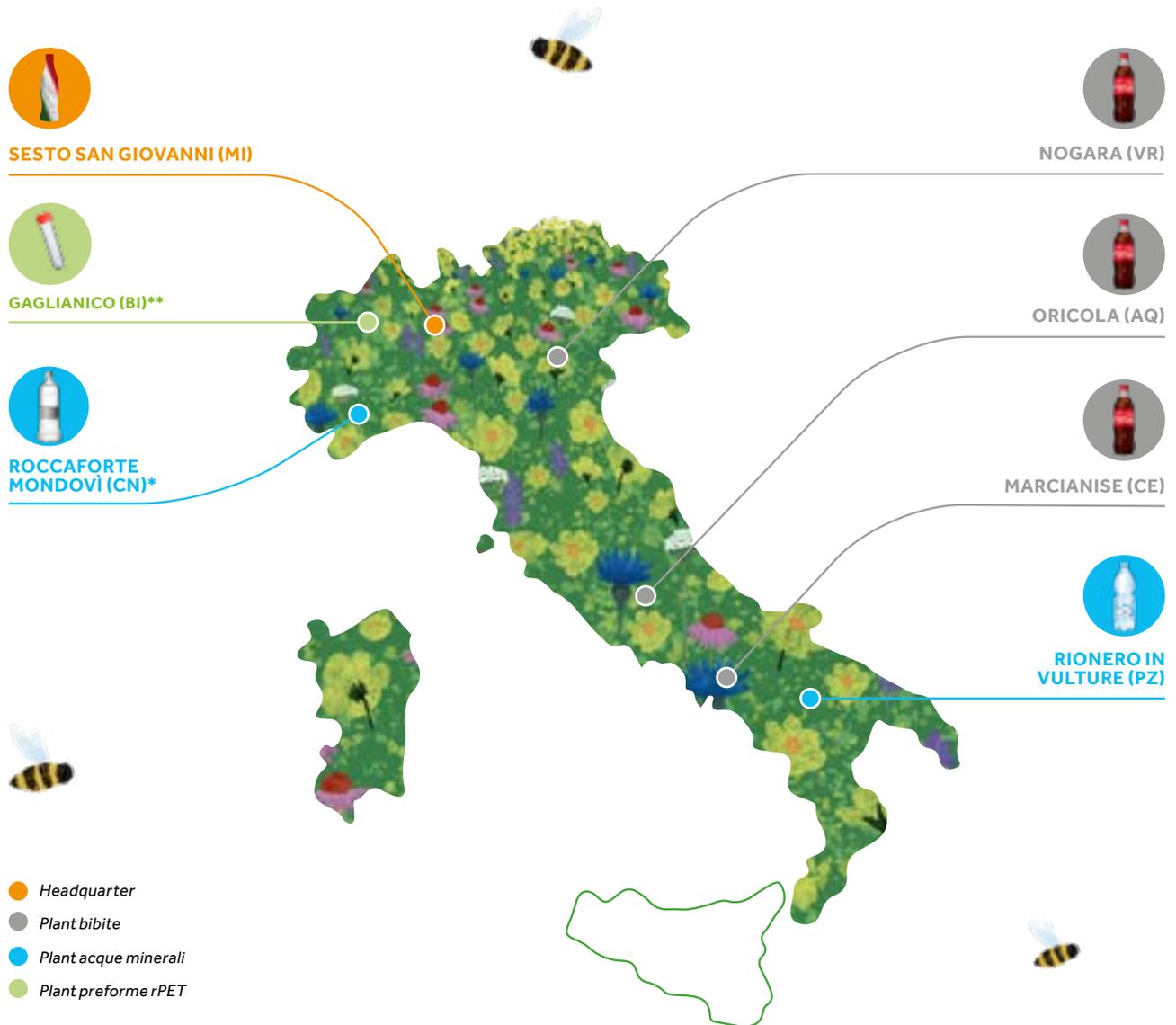
## PROFILO, NUMERI, VALORI DI COCA-COLA HBC ITALIA

Coca-Cola HBC Italia è il principale produttore e distributore di prodotti a marchio The Coca-Cola Company sul territorio nazionale. Impiega circa 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 preforme in plastica riciclata (rPET)** destinate all'imbottigliamento dei prodotti dell'azienda. Coca-Cola HBC Italia si presenta sul mercato come il **partner leader 24/7 nel settore delle bevande**, 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. Ogni anno, da 19 anni, Coca-Cola HBC Italia pubblica il **Rapporto di Sostenibilità** in cui riporta le attività svolte per la **comunità** e **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.

CIRCA  
**2.000**  
DIPENDENTI

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

\*\* Il perimetro del presente Rapporto di Sostenibilità non include inoltre lo stabilimento di Gaglianico CCH CircularPET (BI), in quanto società italiana a responsabilità limitata con socio unico, parte del Gruppo Coca-Cola HBC



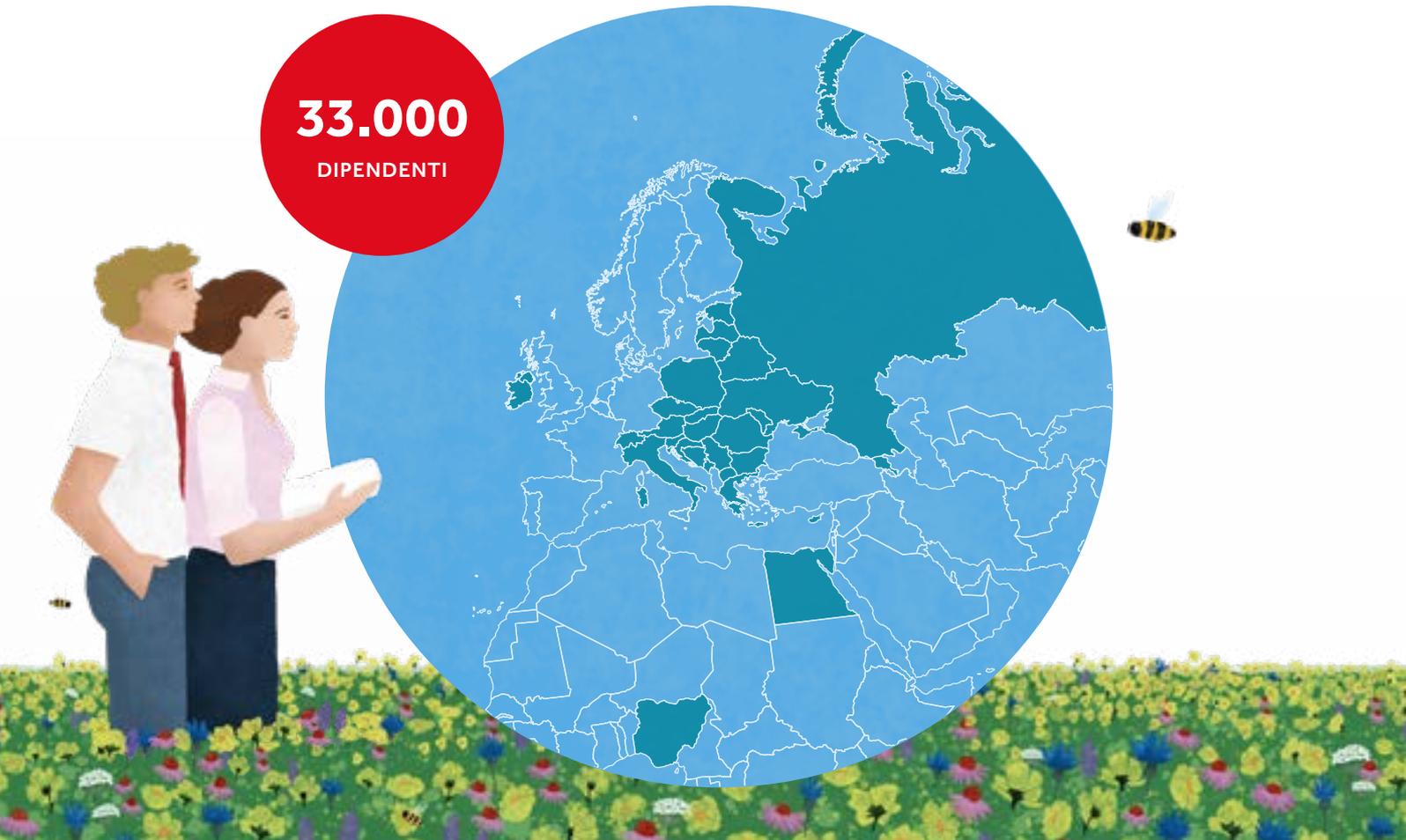
## Coca-Cola Italia

Coca-Cola Italia è una controllata di The Coca-Cola Company ed è responsabile del marketing strategico, della gestione e protezione dei marchi, del rischio reputazionale, del design dei packaging, delle promozioni rivolte al consumatore, delle pubblicità, delle ricerche di mercato, della comunicazione dei marchi e delle relazioni istituzionali. Fornisce, inoltre, gli ingredienti di base, producendo e vendendo concentrati, basi e sciroppi.



## Il Gruppo Coca-Cola HBC

Coca-Cola HBC Italia è una società controllata dal **Gruppo Coca-Cola HBC**, quotato alla borsa di Londra e di Atene, che opera con **33.000 dipendenti** attraverso **59 stabilimenti** e raggiunge oltre **715 milioni di consumatori** in **29 Paesi**.



**33.000**  
DIPENDENTI

NEL 2022 COCA-COLA HBC  
È STATA UFFICIALMENTE  
RICONOSCIUTA COME  
**l'azienda di bevande  
più sostenibile  
al mondo**  
SECONDO IL DOW JONES  
SUSTAINABILITY INDEX (DJSI)  
**per il 6° anno**

PER IL 12° ANNO  
CONSECUTIVO È  
**tra le prime tre  
aziende del settore  
delle bevande**  
CON I MIGLIORI INDICI  
DI SOSTENIBILITÀ A LIVELLO  
GLOBALE

IL GRUPPO È NEL **Top 1%**  
**dell'S&P Global  
Sustainability  
Yearbook 2023**  
CON IL RICONOSCIMENTO  
**Gold Class**  
E IL TITOLO DI  
**Industry Mover**  
PER AVER INCREMENTATO  
DI BEN 7 PUNTI IL PUNTEGGIO  
COMPLESSIVO RISPETTO  
ALL'ANNO PRECEDENTE

## I nostri valori

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



### IL CLIENTE AL CENTRO

I clienti sono sempre al centro di ciò che facciamo. Ascoltiamo le loro esigenze per capirne le necessità, e puntiamo sempre a superare le aspettative.



### PIÙ FORTI INSIEME

Ammiamo le persone brillanti, ma crediamo che la forza di un team possa raggiungere ciò che un individuo può solo sognare.



### AGIAMO SOSTENIBILMENTE

Siamo qui per restare e per farlo vogliamo raggiungere risultati sostenibili, creando e condividendo valore per le nostre persone, per l'ambiente, gli azionisti e le comunità in cui operiamo.



### FAVORIAMO LA SEMPLIFICAZIONE

Ammiamo un atteggiamento agile e fuori dall'ordinario e crediamo che anche i processi più complessi possano essere ottimizzati avendo la determinazione e il coraggio di concentrarsi su ciò che conta di più.



# VISION

ESSERE IL PARTNER LEADER 24/7 NEL SETTORE DELLE BEVANDE.



# PURPOSE

LA VITA È FATTA DI MOMENTI. QUELLI IMPORTANTI E QUELLI FRIVOLI, QUELLI CHE CI SIAMO CERCATI E QUELLI CHE SEMPLICEMENTE ACCADONO. CHE SI TRATTI DI BRINDARE A VECCHI AMICI O DI STRINGERE LA MANO A QUELLI NUOVI, QUESTI MOMENTI RACCONTANO LA STORIA DELLA NOSTRA VITA. E MENTRE RIPERCORRIAMO LE ESPERIENZE CHE ABBIAMO CONDIVISO, DOBBIAMO RICORDARE CHE IL NOSTRO LAVORO NON RIGUARDA SOLO I PRODOTTI CHE CONFEZIONIAMO: LA VERA MAGIA AVVIENE QUANDO VENGONO APERTI.

IL NOSTRO VIAGGIO È INIZIATO NEL 1951 IN NIGERIA, COME AZIENDA FAMILIARE, E SIAMO CRESCIUTI FINO A DIVENTARE OGGI UN PARTNER GLOBALE ESSENZIALE, CHE OFFRE ALLE PERSONE ALCUNI DEI MARCHI PIÙ AMATI AL MONDO. NELLE NOSTRE STRUTTURE, NEI VIAGGI, AL FIANCO DEI NOSTRI CLIENTI, PORTIAMO FRESCHEZZA E RINNOVAMENTO, 24 ORE SU 24, 7 GIORNI SU 7. E CON I RISULTATI CHE OTTENIAMO ATTRAVERSO I NOSTRI VALORI, CI APRIAMO A NUOVI MERCATI CHE ACCRESCONO IL NOSTRO BUSINESS, METTENDO SEMPRE LE NOSTRE PERSONE NELLA CONDIZIONE DI RAGGIUNGERE IL LORO PIENO POTENZIALE, SUPPORTANDO LE COMUNITÀ IN CUI OPERIAMO E LAVORANDO PER UN MONDO SENZA SPRECHI.





## La nostra governance



Ci proponiamo come leader del settore e della transizione sostenibile della filiera. Lo facciamo forti di una cultura aziendale che abbiamo maturato nel corso degli anni, che si riflette in una gestione etica e trasparente del nostro business e che sostanzia il processo di crescita sostenibile e responsabile. Un approccio che viene supportato da strumenti che disciplinano la condotta aziendale e le regole della corporate governance: sono ingredienti fondamentali per il nostro successo e che prestano particolare attenzione alla lotta contro la corruzione, all'integrità e all'indipendenza dei membri del board. Per garantire una gestione corretta e trasparente del business, in linea con i principi e i valori di Coca-Cola Hellenic Bottling Company, abbiamo adottato il Codice di Comportamento negli Affari, il Manuale Anticorruzione e i Principi Guida per i Fornitori, conformi a quelli del Gruppo e un Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001.





## Il nostro impatto socio-economico sul territorio

Da sempre Coca-Cola ambisce a coniugare orizzonte globale e anima locale. Questo la porta ad essere vicina ai territori e a crescere insieme alle comunità, condividendo con loro il valore generato. Il nostro impegno viene percepito dai diversi attori con cui ci confrontiamo quotidianamente ed è confermato anche dallo studio "Italiana di fatto"<sup>1</sup> realizzato da SDA Bocconi School of Management, secondo cui il sistema Coca-Cola<sup>2</sup> in Italia è stata la prima realtà nel settore delle bibite e delle bevande sia per impatto economico sia per impatto occupazionale nel 2020, con oltre **870 milioni di euro** (pari allo 0,05% del PIL nazionale) e **oltre 22.000 posti di lavoro creati** direttamente e attraverso il suo indotto.

**1° realtà nel settore  
delle bevande**  
PER IMPATTO ECONOMICO  
E 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,  
PARI ALLO 0,1% DEGLI  
OCCUPATI TOTALI IN ITALIA



<sup>1</sup> Coca-Cola, Italiana di Fatto, 2021, SDA Bocconi

<sup>2</sup> Il sistema Coca-Cola in Italia è composto da Coca-Cola Italia S.r.l., Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e Sibeg S.r.l.



## La partecipazione ad associazioni industriali

Partecipiamo attivamente alla vita delle associazioni industriali più significative per il nostro business.

Anche nel 2022 abbiamo ricoperto un ruolo attivo in diverse associazioni:

### **ASSOBIBE (Associazione Italiana Industrie Bevande Analcoliche)**

PRESIDENTE: Giangiacomo Pierini,  
Corporate Affairs & Sustainability Director  
Coca-Cola HBC Italia



### **FEDERALIMENTARE**

VICEPRESIDENTE: Giangiacomo Pierini,  
Corporate Affairs & Sustainability Director  
Coca-Cola HBC Italia

### **CONFINDUSTRIA VERONA**

CONSIGLIO DIRETTIVO e VICEPRESIDENZA CON  
DELEGA AL CAPITALE UMANO E ALLE POLITICHE  
PER I GIOVANI: Giangiacomo Pierini,  
Corporate Affairs & Sustainability Director  
Coca-Cola HBC Italia

### **ASSOLOMBARDA**

COMPONENTE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO:  
Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs &  
Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia

### **ASSOLOMBARDA**

CONSIGLIERE DEL GRUPPO ALIMENTAZIONE  
Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs &  
Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia

### **ASSOLOMBARDA**

CONSIGLIO DIRETTIVO DEL GRUPPO MILANO  
NORD: Matteo Butturi, People & Culture Supply  
Chain and Work Relations Manager  
Coca-Cola HBC Italia

### **UNIONE INDUSTRIALE BIELLESE**

COMPONENTE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO:  
Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs &  
Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia

### **UNESDA (EUROPEAN SOFT DRINK INDUSTRY) MEMBRO DEL BOARD:**

Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs &  
Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia

### **GRUPPO TECNICO INVESTITORI E INVESTIMENTI ESTERI DI CONFINDUSTRIA (ABIE)**

COMPONENTE EXPERT PANEL:  
Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs &  
Sustainability Director 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**

CONSIGLIO GENERALE: Giangiacomo Pierini,  
Corporate Affairs & Sustainability Director  
Coca-Cola HBC Italia

### **CONFINDUSTRIA L'Aquila**

CONSIGLIO DIRETTIVO: Matteo Perfetti,  
HR Business Partner Coca-Cola HBC Italia

### **CONFINDUSTRIA Basilicata**

CONSIGLIO DIRETTIVO DEL GRUPPO  
ALIMENTAZIONE: Sergio Frigeri,  
HR Business Partner Coca-Cola HBC Italia

### **CONFINDUSTRIA Caserta**

CONSIGLIO DIRETTIVO: Monica Rispoli,  
Plant Manager dello stabilimento di Marcanise  
di Coca-Cola HBC Italia



2

# I NOSTRI PRODOTTI: SIAMO IL PARTNER LEADER 24/7 NEL SETTORE DELLE BEVANDE

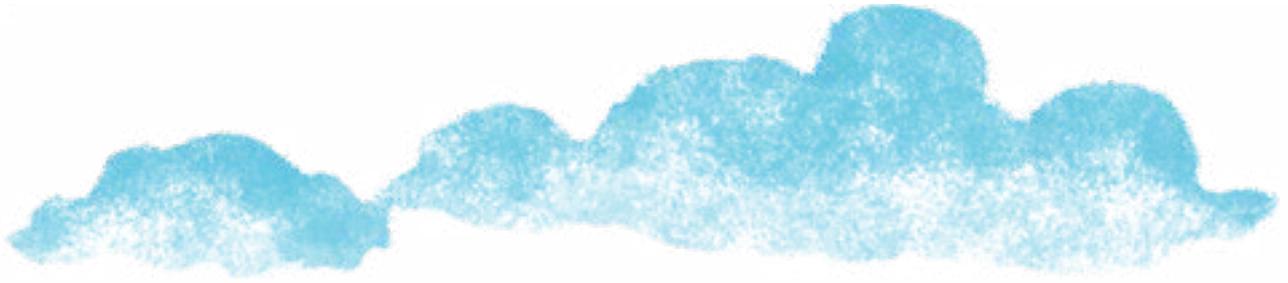
## IL CONTESTO IN CONTINUA EVOLUZIONE SI RIFLETTE ANCHE SUI MODELLI DI CONSUMO, OGGI SEMPRE PIÙ RAPIDI E DIVERSIFICATI.

Con l'intento di offrire prodotti sempre in linea con le esigenze dei consumatori e adatti ad ogni gusto, stile di vita e occasione di consumo, ci poniamo l'obiettivo di intercettare e anticipare i nuovi bisogni, innovando e cercando di offrire una gamma di bevande capace di soddisfarli.

Questo fa di noi un **partner leader 24/7 nel settore delle bevande.**

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 (con i brand **Bolle Stille** e **Santa Barbara di Lurisia**) e bevande premium quali **Chinotto, Gazzosa, Aranciata, Aranciata Rossa, Aranciata Amara, Limonata e Acqua Tonica**, una linea di cinque referenze dedicate alla mixability e due bitter analcolici dedicati all'aperitivo. 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, Fraternity Spirits, Lucano 1894, Edrington, Silvio Carta** e **Next Frontier Brands**.





## ADEZ: PACKAGING SEMPRE PIÙ SOSTENIBILI E UNA GAMMA INNOVATIVA



Quest'anno la nostra linea di bevande vegetali Adez ha innovato la propria gamma con nuove grafiche, nuovi prodotti e packaging più sostenibili. Con i tappi uniti alle bottiglie (tethered caps) e l'etichetta in PET, i prodotti Adez si pongono l'obiettivo di semplificare la raccolta e il riciclo e ridurre la dispersione e l'impatto della plastica sull'ambiente, anticipando la direttiva UE sulla plastica monouso.

Inoltre, con la nuova variante **Soia e Riso Barista**, Adez segue la tendenza positiva del segmento Barista dedicando questo gusto a coloro che preferiscono un prodotto cremoso da consumare fuori casa.



## Trend di consumo e novità di prodotto 2022

Il 2022 ha visto consolidarsi le nuove abitudini di consumo, emerse nel corso del 2021: gli **Energy Drinks** e gli **Sport Drinks** confermano, infatti, i già alti tassi di crescita registrati anche dal segmento zero zuccheri. In questo contesto, importanti novità riguardano il lancio di **Powerade Mountain Blast Zero**, la **prima variante del brand zero zuccheri** pensata per quei consumatori che conducono uno stile di vita attivo e preferiscono un prodotto senza zuccheri. Tra i recenti lanci nel segmento zero zuccheri c'è **Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Caffaina**. A pochi mesi dal lancio, **la referenza ha superato nettamente i nostri obiettivi di distribuzione**. È stato inoltre registrato un **crescente interesse nel consumo degli aperitivi a casa** che **Lurisia** continua a cavalcare con il lancio di due bitter analcolici dedicati a questa occasione di consumo:



POWERADE  
MOUNTAIN BLAST ZERO

COCA-COLA  
ZERO ZUCCHERI  
ZERO CAFFEINA

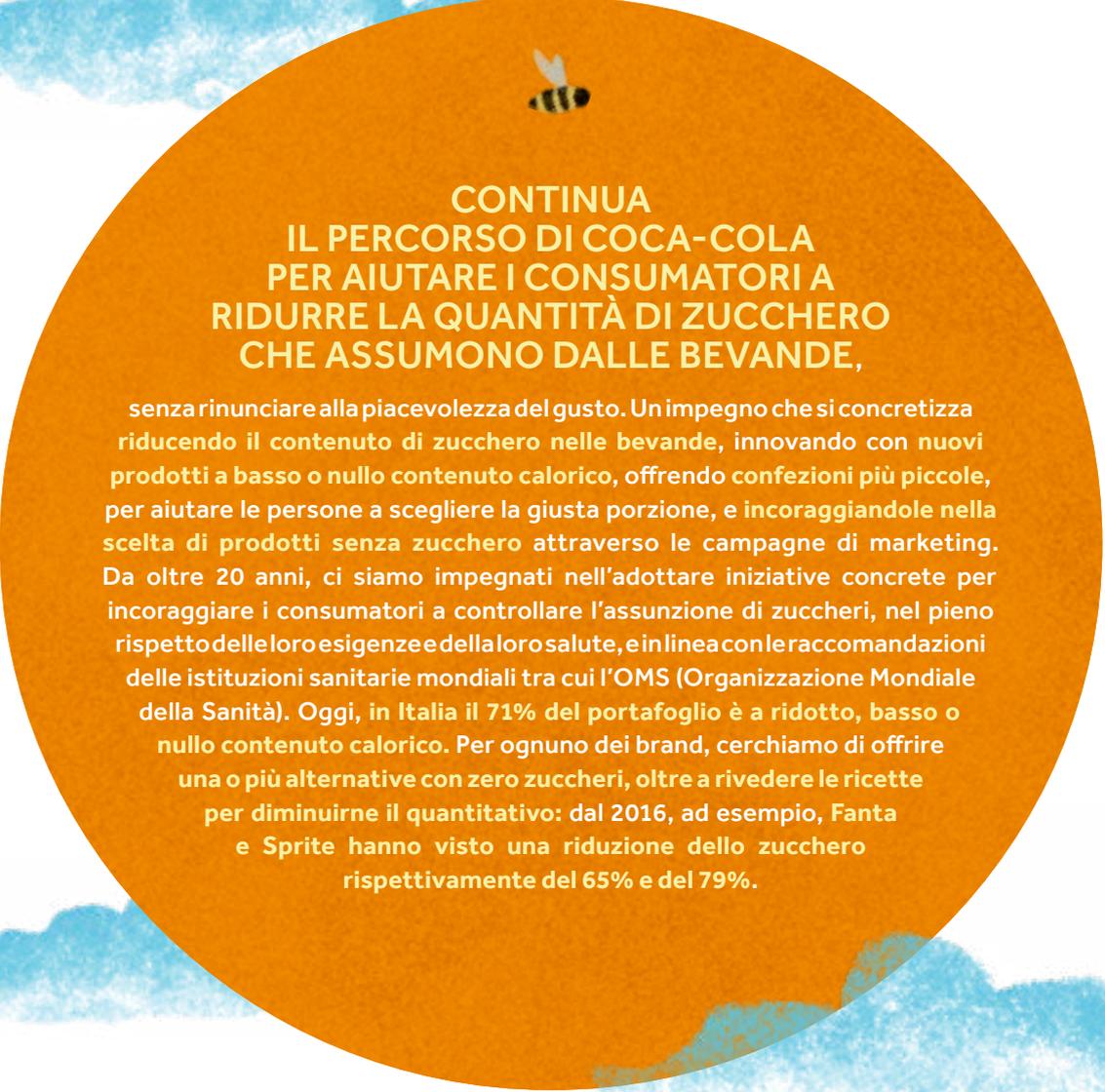
LURISIA APERITIVO  
ANALCOLICO  
CON ASSENZIO MAGGIORE  
PIEMONTESE

LURISIA APERITIVO  
ANALCOLICO  
CON GENZIANA  
DELLE ALPI



3

# VERSO UN CONSUMO RESPONSABILE



## CONTINUA IL PERCORSO DI COCA-COLA PER AIUTARE I CONSUMATORI A RIDURRE LA QUANTITÀ DI ZUCCHERO CHE ASSUMONO DALLE BEVANDE,

senza rinunciare alla piacevolezza del gusto. Un impegno che si concretizza riducendo il contenuto di zucchero nelle bevande, innovando con nuovi prodotti a basso o nullo contenuto calorico, offrendo confezioni più piccole, per aiutare le persone a scegliere la giusta porzione, e incoraggiandole nella scelta di prodotti senza zucchero attraverso le campagne di marketing. Da oltre 20 anni, 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). Oggi, in Italia il 71% del portafoglio è a ridotto, basso o nullo contenuto calorico. Per ognuno dei brand, cerchiamo di offrire una o più alternative con zero zuccheri, oltre a rivedere le ricette per diminuirne il quantitativo: dal 2016, ad esempio, Fanta e Sprite hanno visto una riduzione dello zucchero rispettivamente del 65% e del 79%.

In questo contesto si inserisce l'introduzione sul mercato di Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Caffeina, che va ad arricchire la già vasta gamma di alternative a ridotto o nullo contenuto calorico dell'azienda ed è un ulteriore conferma dell'impegno di Coca-Cola nell'offrire maggiori alternative. Sempre per offrire ai consumatori ulteriori possibilità di fare delle scelte consapevoli, le azioni intraprese dall'azienda interessano anche il packaging, attraverso **informazioni nutrizionali chiare e facilmente accessibili** sulle confezioni delle bevande e con la **creazione di formati più piccoli**, come la **lattina da 150ml**, per consentire a tutti di scegliere la giusta porzione.



## 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:

### FORMULAZIONE

Tra le bevande al gusto cola circa il **27% delle vendite** è rappresentato da **prodotti a ridotto, basso o nullo contenuto calorico**, confermando una tendenza in crescita anno su anno.

### PIANO DI RIDUZIONE DELLE CALORIE

Il sistema Coca-Cola ha supportato il progetto di **UNESDA**, l'associazione che rappresenta l'industria europea delle bevande, e di **ASSOBIBE** (Associazione Italiana Industria Bevande Analcoliche), per **un'ulteriore riduzione della quantità di zucchero aggiunto del 10%**.

### 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, Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Caffaina, Fanta e Sprite sono disponibili in formati diversi.



## L'impegno del settore delle bevande

### ASSOBIBE



Nel decennio 2010-2020, Coca-Cola e le altre aziende della categoria delle bevande gassate associate ad **ASSOBIBE**, associazione confindustriale che rappresenta le aziende produttrici di bevande analcoliche, hanno **ridotto del 27% lo zucchero immesso sul mercato** e nel 2022 c'è stato **un ulteriore taglio del consumo di zucchero del 10%**. Un risultato, frutto del **Protocollo d'Intesa siglato nel 2021 da ASSOBIBE con il Ministero della Salute**, per offrire sempre meno zuccheri e calorie nei soft drink e tutelare i consumatori più giovani, attraverso **l'astensione dalla vendita diretta di bevande zuccherate, anche**

**nelle scuole superiori e la rinuncia ad attività di marketing destinate ai bambini fino ai 13 anni**, contenuta nel codice di autoregolamentazione di ASSOBIBE in vigore dal 2006.



Ulteriore impegno perseguito da ASSOBIBE, grazie al **Protocollo d'intesa siglato con il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali**, consiste nella 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, di incentivare l'innovazione dei prodotti e l'ampliamento anche di versioni "bio", di lavorare sulla riduzione degli sprechi alimentari e sulla valorizzazione degli scarti.**



4

# IL NOSTRO APPROCCIO PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE E INCLUSIVA

IN UN MOMENTO  
STORICO CARATTERIZZATO  
DA PROFONDI CAMBIAMENTI,  
SIAMO TUTTI CHIAMATI  
A CONTRIBUIRE ALLE SFIDE GLOBALI  
CHE CI ATTENDONO, RAPPRESENTATE  
IN PARTICOLARE NEI 17 OBIETTIVI  
DELL'AGENDA 2030 PER LO SVILUPPO  
SOSTENIBILE DELLE NAZIONI UNITE.

Consapevoli del nostro ruolo all'interno del sistema economico e sociale in cui operiamo, ci proponiamo come attori capaci di guidare l'intera filiera verso una **crescita sostenibile, intelligente ed inclusiva**, e come promotori di sviluppo e cambiamento.

La nostra **Missione di Sostenibilità 2025** racchiude gli **impegni** e le **azioni di sostenibilità** che abbiamo definito anche insieme ai nostri stakeholder, e che tracciano la strada per i prossimi anni.



### 3. SALUTE E BENESSERE

Assicurare il benessere per tutti e per tutte le età



### 4. ISTRUZIONE DI QUALITÀ

Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti



### 5. PARITÀ DI GENERE

Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze



### 6. ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO SANITARI

Limitare l'impatto sui bacini idrografici e ridurre i consumi d'acqua per litro di bevanda prodotta, coinvolgendo anche gli attori della filiera



### 8. LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

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



### 9. IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione e una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile



### 11. CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

Contribuire allo sviluppo economico e sociale di tutti i territori in cui l'azienda opera



### 12. CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILE

Ridurre l'impatto delle attività sull'ambiente, promuovendo l'innovazione lungo tutta la catena del valore, a partire dalle fasi di approvvigionamento fino al fine vita dei prodotti



### 13. LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Promuovere la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra in atmosfera, con l'obiettivo di raggiungere zero emissioni entro il 2040



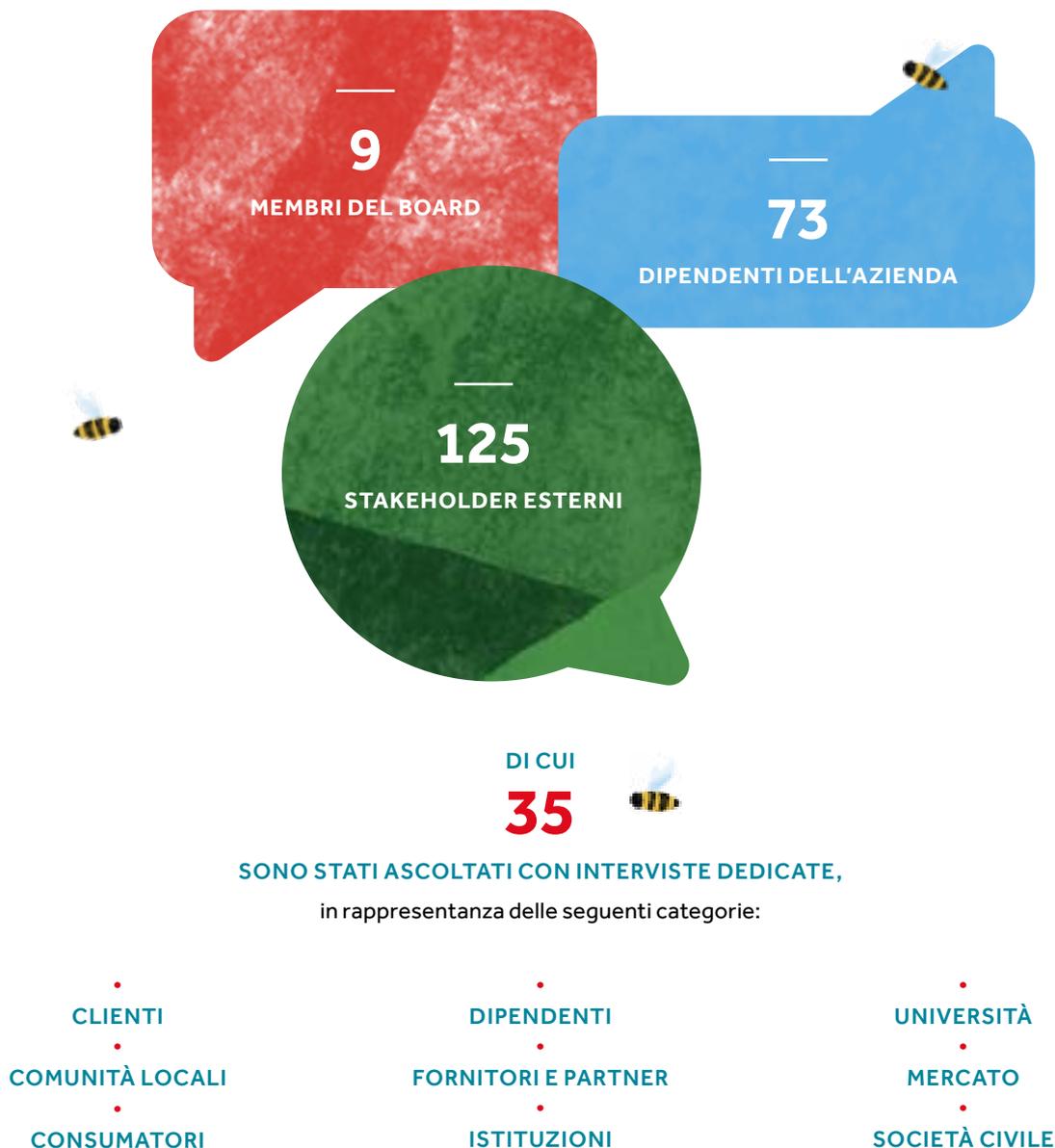
### 17. PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

Condividere - con governi, settore privato e società - visione, principi, valori e obiettivi che pongano le persone e il pianeta al centro dell'attenzione



## Le tematiche chiave di sostenibilità

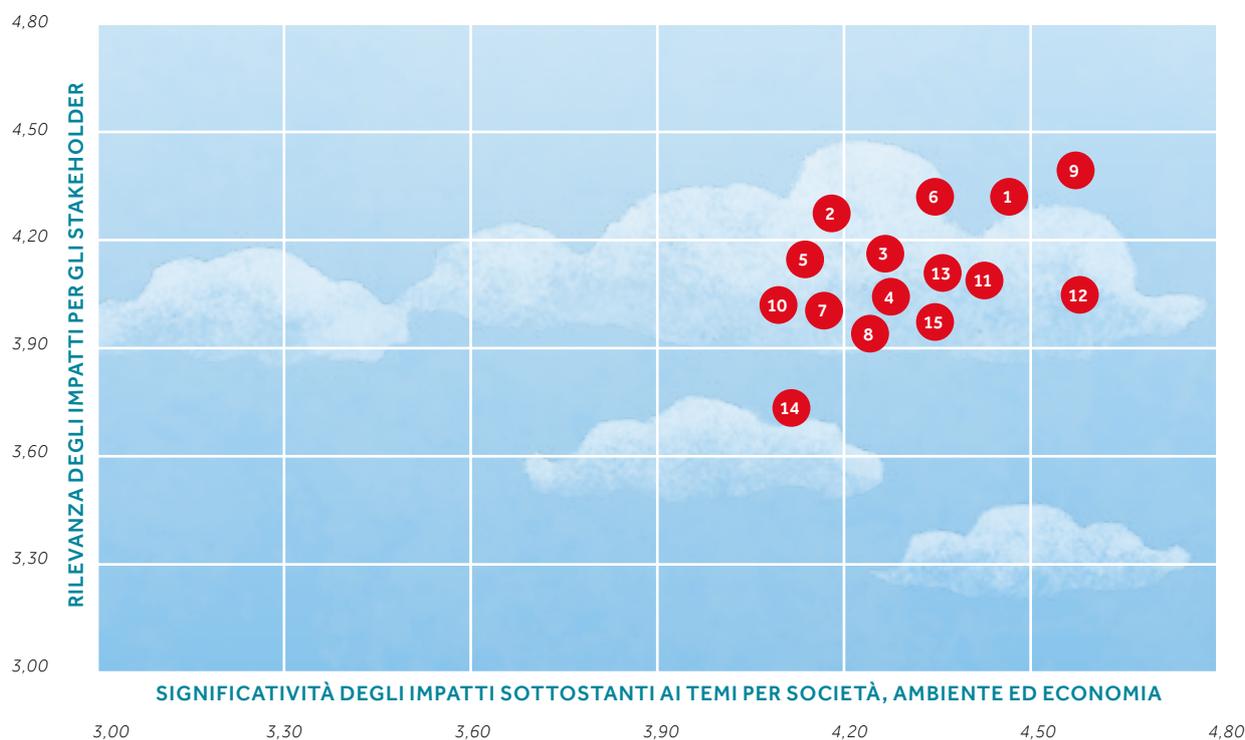
L'**analisi di materialità**<sup>3</sup> rappresenta ogni anno il punto di partenza per definire i temi oggetto di rendicontazione all'interno del Rapporto di Sostenibilità, ma anche un indirizzo per **guidare il nostro impegno e la nostra strategia**. In questo contesto, l'**ascolto interno ed esterno all'azienda** rappresenta un momento prezioso e necessario in quanto **ci permette di aggiornare la matrice di materialità**, oltre che di **raccogliere e integrare la prospettiva e le riflessioni dei nostri stakeholder all'interno della strategia**. Anche quest'anno, partendo dagli esiti del processo condotto a livello di Gruppo, abbiamo portato avanti il **confronto continuo con i nostri stakeholder**, volto a individuare e valutare la significatività dei temi che hanno il maggiore impatto sull'economia, sulla società e sull'ambiente.



<sup>3</sup> Si consulti la sezione "impatti" del presente documento per ulteriori informazioni

## 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 **significatività degli impatti sottostanti ai temi per società, ambiente ed economia**, mentre quello verticale la **rilevanza degli impatti per gli stakeholder**.



### I temi materiali

- |  |   |
|--|---|
| 1 Cambiamento climatico                                | 9 Packaging e gestione dei rifiuti                  |
| 2 Governance responsabile                              | 10 Qualità del prodotto                             |
| 3 Cittadinanza d'impresa                               | 11 Approvvigionamento sostenibile                   |
| 4 Generazione e condivisione di valore                 | 12 Gestione responsabile dell'acqua                 |
| 5 Benessere ed engagement dei dipendenti               | 13 Innovazione                                      |
| 6 Diritti umani, inclusione e gestione della diversità | 14 Tutela della biodiversità*                       |
| 7 Marketing e comunicazione responsabile               | 15 Contrasto alla perdita e allo spreco alimentare* |
| 8 Benessere e nutrizione                               |   |

\*Le tematiche evidenziate sono nuove rispetto al 2021



5

# 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. La continua attenzione ai temi di mitigazione e prevenzione permette 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 sfide poste.



Nel 2022, la sfida non è stata tanto la gestione dall'emergenza pandemica da Covid-19 che è andata riducendosi progressivamente durante l'anno, ma soprattutto quella della crisi geopolitica che ha avuto diversi effetti sul nostro business, come il rincaro e la carenza delle materie prime, l'impennata dei costi relativi alle utenze e all'approvvigionamento di energia che hanno generato rischi per vendite e ricavi, dovute dall'inflessione della domanda per via dell'impatto inflattivo sui consumatori e sui clienti. Anche guardando ai fornitori, soprattutto in ambito supply chain, alcune aziende partner hanno riscontrato una serie di difficoltà che hanno forzato la necessità di rivedere il nostro assetto logistico e di gestione dei magazzini per stabilizzare il network distributivo e degli approvvigionamenti. 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 2022, 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.



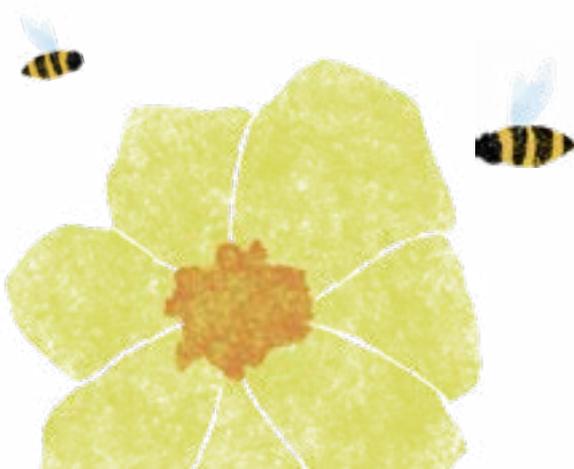
### APPROCCIO "SMART RISK"



L'approccio "Smart Risk" è adottato in tutti i nostri stabilimenti e nel 2022 è stato implementato anche nella nuova Realtà di CCH CircularPET.

Inoltre, il Gruppo Coca-Cola HBC ha rivisto ed aggiornato l'ERM framework, documento che riassume e regola le logiche adottate in materia di gestione dei rischi.

RISCHIO	DESCRIZIONE	IMPATTO POTENZIALE	PIANO DI MITIGAZIONE	TEMA MATERIALE COLLEGATO
<b>Emergenza COVID-19: sicurezza delle persone</b> 	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 di distanziamento sociale, tracciabilità, controllo accessi.  Remote working.	Benessere ed engagement dei dipendenti.  Cittadinanza d'impresa.





## RISCHIO

## DESCRIZIONE

## IMPATTO POTENZIALE

## PIANO DI MITIGAZIONE

## TEMA MATERIALE COLLEGATO

### Conflitto Geopolitico e relativi effetti sulla supply chain e sull'impatto inflattivo per i consumatori, i clienti e i fornitori



Impatti che in alcuni casi hanno messo in difficoltà aziende partner forzando la necessità di rivedere l'assetto logistico e di gestione dei magazzini per stabilizzare il network distributivo e degli approvvigionamenti.

Rincarare e carenza delle materie prime, impennata dei costi relativi alle utenze e all'approvvigionamento di energia. Blocchi distributivi dovuti alla carenza di autisti nelle aziende di trasporto. Riduzione del potere d'acquisto da parte dei consumatori.

Sviluppo di piani e strategie per assorbire l'impatto sui ricavi e utili come ad esempio: interventi sui piani di vendita per prodotti più profittevoli.

Revisione dei listini prezzi.

Revisione dei contratti con fornitori strategici.

Piani specifici per situazioni da mitigare in settori particolarmente colpiti, grazie a strategie di recovery insieme ai fornitori.

Analisi continua della situazione sul mercato.

Contenimento dei costi e riallocazione del budget disponibile.

Approvvigionamento sostenibile.

Generazione e condivisione del valore.

### Riciclo delle confezioni



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 dell'Azienda in tema di sostenibilità ambientale.

Packaging e gestione dei rifiuti.

Generazione e condivisione di valore.

Innovazione.



RISCHIO	DESCRIZIONE	IMPATTO POTENZIALE	PIANO DI MITIGAZIONE	TEMA MATERIALE COLLEGATO
<p><b>Limitazione sulla capacità distributiva nell'hub di Nogara</b></p> <p>↓</p>	<p>L'attuale capacità distributiva è messa sotto pressione per volumi previsti.</p>	<p>Seguire la problematica con priorità coinvolgendo i nostri partner logistici in loco e finalizzando l'implementazione delle nuove tecnologie per la gestione della preparazione dei carichi e della movimentazione delle merci con il team Centrale.</p>	<p>Migliorare la produttività stabilizzando i sistemi implementati.</p> <p>Rafforzare il coordinamento delle operazioni all'interno dell'Hub con aggiunta di personale, considerando i maggiori spazi e il numero di transazioni da gestire.</p> <p>Rendere più efficienti i tempi di transito durante le fasi di carico.</p> <p>Affinare la pianificazione della preparazione carichi tra consegne e trasferimenti nei magazzini.</p>	<p>Approvvigionamento sostenibile.</p> <p>Innovazione.</p> <p>Generazione e condivisione del valore.</p>
<p><b>Procedure di qualità per i nuovi prodotti</b></p> <p>↔</p>	<p>Validazione dei protocolli di qualità per i nuovi prodotti e packages.</p>	<p>Qualità dei prodotti e sicurezza dei Consumatori con impatto sulla reputazione aziendale.</p>	<p>Implementazione delle procedure di validazione per ogni nuovo prodotto e confezione, al fine di prevenire qualsiasi problema di qualità.</p>	<p>Qualità del prodotto.</p> <p>Innovazione.</p>
<p>↑</p> <p>Rischio crescente vs 2021</p>		<p>↔</p> <p>Rischio stabile vs 2021</p>		<p>↓</p> <p>Rischio decrescente vs 2021</p>





# SOSTENIBILITÀ, RESPONSABILITÀ, CIRCOLARITÀ:

è così che diamo forma a un futuro migliore





1

# UN PERCORSO CHE NASCE DALLA FILIERA



## GLI IMPATTI DELL'ATTIVITÀ UMANA SULL'AMBIENTE E SUL CLIMA SONO SEMPRE PIÙ EVIDENTI.

Come impresa, oltre che come abitanti di questo pianeta, ci troviamo davanti a un bivio che ci ha da tempo visti compiere e farci portatori di scelte chiare per trovare soluzioni in grado di ridurre l'impatto delle nostre attività sull'ambiente.

**La Missione Sostenibilità 2025**, frutto delle politiche ambientali del nostro Gruppo Coca-Cola HBC, ci indica la direzione da perseguire, grazie a specifici obiettivi su diversi livelli.

Ne consegue un impegno continuo che copre tutta la catena del valore: dalle fasi di approvvigionamento in cui **prediligiamo ingredienti di origine agricola coltivati nel rispetto dei principi dell'agricoltura sostenibile**, fino ai processi produttivi e alla distribuzione, **innovando costantemente in ogni fase del ciclo di vita dell'imballaggio, riducendo sensibilmente i consumi energetici e le emissioni e gestendo 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.

### **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 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.

### **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.





## Obiettivo circolarità per una filiera sempre più sostenibile

È ormai chiaro che il mondo dell'impresa debba far fronte a sfide ambientali che rendono necessario ripensare ai modelli di business. Sfide di cui ci siamo fatti carico, **promuovendo la transizione verso un modello di economia circolare attraverso un processo di innovazione virtuoso, aperto e continuo**. Consapevoli del nostro ruolo di soggetto attivo e responsabile della società e del sistema economico italiano, vogliamo condividere questo percorso con tutti gli attori che con noi possono contribuire a raggiungere l'obiettivo di una filiera sostenibile, 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. È 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 degli impegni della **Missione Sostenibilità 2025** e definiscono la nostra responsabilità nei confronti del patrimonio naturale.



2

# SOSTENIBILI DAL PRINCIPIO



## L'IMPATTO AMBIENTALE ED ECONOMICO DELLE NOSTRE ATTIVITÀ È LARGAMENTE INFLUENZATO DALLE NOSTRE SCELTE SULLA CATENA DI FORNITURA.

Per questo motivo, negli anni abbiamo investito nelle fasi di approvvigionamento delle materie prime, intraprendendo con i nostri fornitori un percorso di innovazione e cambiamento condiviso e guidato da scelte sostenibili, supportate dagli investimenti in nuove tecnologie e dalla condivisione di strumenti e conoscenze. L'acqua è la materia prima più importante per i nostri prodotti: da essa dipendono la qualità e la sicurezza delle nostre bevande, oltre ad essere necessaria per la coltivazione degli ingredienti di origine agricola che utilizziamo.



## Alla base delle nostre bevande

La policy “**Il nostro approccio alla tutela delle acque**” detta gli indirizzi per una gestione responsabile della risorsa idrica e ci guida nel limitare il nostro impatto sui bacini idrografici e nel ridurre il consumo d’acqua per litro di bevanda prodotta.

Presso gli stabilimenti di Nogara, Oricola e Marcianise sono presenti i pozzi costruiti seguendo rigidi criteri ingegneristici da cui estraiamo l’acqua utilizzata per la produzione delle bevande e per il funzionamento dei processi. **Ogni sito produttivo è sottoposto a valutazioni sul rischio idrico e piani di protezione delle fonti d’acqua**, in modo da garantire il presidio su un utilizzo sostenibile delle risorse idriche e sulla tutela degli ecosistemi.

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 rientrano nella 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, quello delle Arance Rosse di Sicilia IGP per Fanta Aranciata Rossa Senza Zuccheri Aggiunti e il succo di Limone di Siracusa IGP per Fanta Limonata Senza Zuccheri Aggiunti, 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, coltivate nel rispetto della sostenibilità ambientale e sociale. Infine, FuzeTea rappresenta il nostro tè sostenibile lungo tutta la filiera, che 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.



## Insieme per una catena di fornitura sostenibile

Il percorso verso un modello di business sostenibile nasce a monte dell'attività che svolgiamo quotidianamente negli stabilimenti: i nostri fornitori sono partner imprescindibili per creare una catena di fornitura sostenibile. Nei processi di selezione consideriamo il loro modo di operare tramite un'attenta valutazione delle performance ambientali e sociali. Inoltre, vogliamo supportare la crescita economica del territorio privilegiando una catena di fornitura locale.

I **Principi Guida per i Fornitori** (Supplier Guiding Principles) rappresentano uno strumento fondamentale per disciplinare i rapporti con i fornitori, che integra i principi del rispetto ambientale, sociale, dei diritti umani e delle leggi sul lavoro che ci consentono di lavorare al meglio con loro e sviluppare relazioni di fiducia reciproca che favoriscano la collaborazione verso lo sviluppo congiunto di pratiche sostenibili.

I fornitori, quindi, non solo devono dimostrarsi conformi alle leggi locali in materia e ai requisiti del D.Lgs. 231/2001, ma anche ai Principi, alle otto Convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro e devono aderire al Codice di Comportamento negli Affari adottato dalla Società<sup>4</sup>.

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.

Per quanto riguarda l'aspetto ambientale non ci limitiamo a richiedere la conformità alle normative, ma promuoviamo la collaborazione con i nostri fornitori con l'obiettivo comune di minimizzare le emissioni di CO<sub>2</sub> 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.

Infine, Integriamo i processi di gestione e monitoraggio dei fornitori con piattaforme digitali dedicate: **ECOVADIS ci supporta nella gestione dei fornitori critici dal punto di vista delle performance ambientali**, mentre la piattaforma di **Gruppo Exiger ci aiuta nel presidiare la due diligence in ambito anticorruzione**. All'interno degli stabilimenti produttivi, invece, adottiamo un protocollo di verifica che valuta la qualità e le prestazioni dei materiali di fornitura, prima di autorizzarne l'effettivo utilizzo.

### NUMERO DI FORNITORI PER TIPOLOGIA

	2020	2021	2022
Technical services & ricambi	243	269	217
Materie prime	103	120	107
Trasporti	121	151	116
Marketing e servizi	795	908	673
<b>Totale azienda</b>	<b>1.262</b>	<b>1.448</b>	<b>1.113</b>

### NUMERO DI FORNITORI PER AREA GEOGRAFICA

AREA	2020	2021	2022
Nord	763	877	641
Centro	120	151	106
Sud	154	167	144
Estero	225	253	222
<b>Totale azienda</b>	<b>1.262</b>	<b>1.448</b>	<b>1.113</b>

<sup>4</sup> 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



3

# PRODUZIONE DELLE BEVANDE: UNA QUESTIONE DI 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 CO<sub>2</sub> 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 produzione, 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.



## Riduciamo le emissioni lungo tutta la filiera

La nostra politica energetica guida l'impegno nel ridurre l'impronta delle nostre attività verso una maggiore efficienza nei processi e il contenimento delle emissioni a effetto serra. 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 qualificati<sup>5</sup>. In particolare, lo stabilimento di Rionero rappresenta il best performer a livello di Gruppo in termini di utilizzo di energia: anche nel 2022, oltre ad avere utilizzato il 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili, registra 0,13 MJ di consumo di energia per litro di bevanda prodotta, che si traduce in 0,43 grammi di emissioni di Scope 1 di CO<sub>2</sub>, il secondo miglior risultato a livello di Gruppo. Anche nel 2022 è stato confermato l'ottenimento della certificazione ISO5001:2018 per il sistema di gestione dell'energia degli stabilimenti di Nogara, Oricola e Rionero, che ci permette di monitorare e ottimizzare i consumi energetici migliorando l'approccio nel contrasto ai rischi climatici. A dimostrazione dell'attenzione nel monitoraggio e ottimizzazione dei consumi energetici, la prestazione di Coca-Cola HBC Italia a livello di consumo energetico per litro di bevanda prodotta è stata di 0,32 MJ/l, migliorandosi di 0,01 MJ/l rispetto al target e al risultato dell'anno precedente.**

**Gli stabilimenti di Nogara, Oricola e Marcanise sono dotati di impianti fotovoltaici e di impianti di cogenerazione ad alta efficienza, che a partire dal metano producono contemporaneamente diverse tipologie di energia. In questo modo l'azienda è in grado di generare energia in maniera autonoma e di utilizzare quella proveniente da fonti rinnovabili e assimilate.**

I siti di **Oricola** e **Marcanise** 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 quadrigenerazione**, che è anche in grado di **soddisfare il 100% del fabbisogno di CO<sub>2</sub> 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**.



NEL CORSO DEL 2022  
L'INTENSITÀ DI EMISSIONE  
SCOPE 1 E SCOPE 2 MARKET BASED  
SI ATTESTA A 23 GCO<sub>2</sub>/LBP,  
REGISTRANDO UN  
**calo del 47%**  
RISPETTO AL VALORE DEL 2010

IL **100%**  
DI ENERGIA ELETTRICA  
ACQUISTATO DALLA RETE NEL  
2022 DA COCA-COLA HBC  
ITALIA PROVIENE DA FONTI  
RINNOVABILI

IL **73%**  
DELL'ENERGIA TOTALE  
UTILIZZATA NEL 2022  
PROVIENE DA FONTI  
RINNOVABILI E PULITE<sup>6</sup>



<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> Viene considerata 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



## MUOVIAMOCI SOSTENIBILMENTE

In tutti gli stabilimenti è stata creata l'infrastruttura necessaria per la ricarica delle auto elettriche aziendali. Questo consente di ampliare il parco auto aziendale con la sola propulsione elettrica e di muoversi a zero emissioni.

## RIDUCIAMO L'USO DELLA CARTA

L'attenzione alla sostenibilità si è riflessa anche nell'ottimizzazione dei processi aziendali: nel 2022 ci siamo impegnati a ridurre ulteriormente l'utilizzo di carta, con l'impiego quasi totale della firma digitale per i nostri contratti raggiungendo oltre l'80% dei documenti firmati digitalmente.



## 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 Coca-Cola 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 **frigoriferi 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.

## Salvaguardiamo l'acqua e riconosciamo il suo valore

La nostra attenzione alla salvaguardia dell'acqua non si limita alle attività di prelievo: **l'efficienza idrica è al centro dei nostri sforzi anche nelle fasi produttive di ogni stabilimento**. Il nostro obiettivo è quello di **ridurre il consumo in rapporto ai litri di bevanda prodotta** e 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**. Per migliorare ulteriormente l'efficienza dei processi e tutelare i bacini idrici che ci forniscono la materia prima per le nostre bevande, a partire dal 2021 abbiamo aderito allo standard di certificazione volontaria **Alliance for Water Stewardship (AWS)** conferendo il **livello Gold** in tutti gli stabilimenti. Il raggiungimento di questa certificazione si basa su 5 pilastri principali:



In questo solco, nel 2022, abbiamo avviato diversi **tavoli di discussione e progetti con gli stakeholder locali al fine di rafforzare e condividere l'impegno negli obiettivi di protezione dei bacini idrici**. Inoltre, abbiamo partecipato ad eventi di sensibilizzazione in materia di protezione della risorsa idrica e di condivisione di buone pratiche presso l'Università di Verona e altre realtà del territorio.

Nell'ambito del percorso annuale di engagement, abbiamo aperto il confronto sul tema acqua con i nostri stakeholder nazionali e locali. Questi momenti sono stati l'occasione per approfondire il dibattito sul tema e rilevare percezioni e criticità a riguardo, condividere pratiche e intenzioni, individuare possibili ambiti progettuali e coltivare partnership per la valorizzazione e la tutela delle risorse idriche.

# 1,54 l/lbp

INTENSITÀ IDRICA NEL 2022, RIDOTTA DEL 21% RISPETTO AL 2010<sup>7</sup>

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



## UNA GESTIONE RESPONSABILE A TUTTI I LIVELLI: I WATER CHAMPIONS

La salvaguardia della risorsa idrica è un impegno condiviso all'interno del nostro gruppo e permea l'agire quotidiano nei nostri stabilimenti. A Marcianise, Oricola, Nogara e Fonti del Vulture abbiamo individuato i **"water teams"**, **gruppi composti da almeno tre persone incaricate di garantire un approvvigionamento d'acqua responsabile, monitorando i consumi e identificando al contempo progetti per il risparmio della risorsa, in ottica di costante miglioramento da un punto di vista dell'impatto idrico.** 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.



### IL NOSTRO STABILIMENTO DI NOGARA A TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ

Durante il 2022, oltre alle verifiche puntuali che riguardano la risorsa idrica, abbiamo svolto per la prima volta nello stabilimento di Nogara una valutazione per verificare il **grado di biodiversità all'interno dello stabilimento, nell'area attorno al sito e nel bacino idrico di riferimento.**

Lo studio ha portato all'evidenza che il 7% della superficie dello stabilimento è adibito ad aree verdi che ospitano prati con piantumazioni di alberi decorativi e un piccolo lago e che rendono l'ambiente interessante come potenziale area di attrazione di sviluppo della fauna locale.



## Sete di qualità

La qualità è il nostro biglietto da visita: 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 2022 anche **lo stabilimento di Lurisia ha ottenuto con successo la certificazione volontaria di Qualità ISO 9001**: con questo traguardo **tutti i processi produttivi di Gruppo hanno superato con successo gli audit di certificazione volontaria di Qualità ISO 9001 e sicurezza alimentare FSCC22000**.

### ZERO IS POSSIBLE

La sicurezza alimentare e il mantenimento dei più elevati standard di qualità dei prodotti sono al centro delle attività produttive e rappresentano un pilastro nella cultura aziendale che va oltre al semplice rispetto delle norme e dei sistemi di gestione. Alla base di ogni attività vige un principio di tolleranza zero verso le inadempienze in tema di sicurezza e qualità alimentare.

Garantiamo la sicurezza dei nostri prodotti lungo tutta la filiera produttiva, dalla qualità delle materie prime, che viene assicurata attraverso gli audit dei fornitori, fino alla casa del consumatore. **Infatti, gli elevati standard di qualità che contraddistinguono i prodotti The Coca-Cola Company sono assicurati anche attraverso controlli in loco presso i fornitori, negli esercizi pubblici e nei punti vendita che commercializzano i nostri prodotti.** L'innovazione ci aiuta in questo percorso, che dalla materia prima porta il prodotto finito nelle mani dei consumatori. Rappresenta per la nostra azienda una vera e propria leva strategica per assicurare il mantenimento e la crescita in termini di competitività. Innovare significa intervenire sui processi produttivi, perché siano complessivamente più efficienti ed efficaci, ma anche pensare a nuovi prodotti e migliorare quelli già esistenti per offrire ai consumatori una scelta sempre più ampia e al passo con le loro esigenze.

Nel 2022, a causa della crisi globale che ha portato a una riduzione della disponibilità delle materie prime, abbiamo lavorato a un processo di convalida strutturato che ha garantito la continuità di business, assicurando la stabilità nella fornitura delle materie prime e di materiale di imballaggio. In totale abbiamo approvato 6 nuovi fornitori per il materiale di imballaggio e 2 per la fornitura di CO<sub>2</sub> e zucchero.





All'interno del nostro processo produttivo la fase di sanificazione è fondamentale: **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.**



Crediamo che le competenze dei nostri dipendenti siano indispensabili per presidiare gli aspetti di qualità, sicurezza e ambiente, e questo ci porta a dare grande rilevanza alla formazione. 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 per dare spazio a **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.** Nel 2022 è cominciato "Quality Academy Advanced", la seconda parte del programma di apprendimento **Quality Academy**, lanciato nel 2021 con la prima parte "Quality Academy Basic", come parte della **Supply Chain Academy**, che mira a **rafforzare le competenze e le capacità dei dipendenti nel garantire la qualità e la sicurezza alimentare attraverso le loro mansioni quotidiane.** Il programma è diviso in moduli di formazione specifici per ogni tecnologia produttiva. Grazie al controllo digitale dei parametri di processo, inoltre, ci è possibile ridurre la probabilità di potenziali difetti e abilitare la gestione predittiva.

**Nel 2022 abbiamo formato in totale 497 persone** provenienti da reparti diversi. Investiamo nelle persone all'interno e all'esterno del perimetro aziendale, coinvolgendo i principali stakeholder chiave che intercettiamo attraverso le nostre attività di vendita, logistica e produzione per promuovere lungo la catena del valore una maggior consapevolezza riguardo la sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti e delle innovazioni apportate.

La centralità del consumatore è un altro fattore fondamentale per migliorare la qualità del prodotto. Il continuo ascolto dei nostri consumatori, insieme a tutte le attività implementate in ambito qualità e sicurezza alimentare, ci ha portato a **ridurre del 10% i reclami rispetto al 2021.**

## **PROGETTO PILOTA QUALITÀ 4.0 VERSO LA SMART FACTORY**

Nel 2022, come parte del nostro programma di digitalizzazione e innovazione nei siti produttivi, è cominciato il **progetto pilota Qualità 4.0 verso la Smart Factory**, il programma che fornisce gli elementi che accelerano l'evoluzione digitale dei processi di controllo qualità e migliora le competenze e i comportamenti necessari per seguire gli sviluppi tecnologici e informatici.

Questo programma permette la conoscenza delle tecnologie e delle soluzioni disponibili adottate da altri imbottigliatori, fungendo da ispirazione per la nostra crescita digitale.



## L'innovazione per l'efficientamento dei processi produttivi

Il processo di innovazione all'interno delle fasi produttive è continuo e portato avanti con l'obiettivo di migliorarne l'efficienza e l'efficacia tramite la ricerca e lo sviluppo di nuove soluzioni. Guidati dalla strategia del Gruppo, anche nel 2022 abbiamo **investito in nuovi macchinari e linee di produzione tecnologicamente avanzate, in grado di garantire risparmi energetici, idrici, di aria compressa e di emissioni di CO<sub>2</sub>.**

Tra le fasi energivore della nostra catena del valore rientra la refrigerazione nei processi di imbottigliamento. Per questo, continua il nostro investimento per sostituire le macchine di vecchia generazione con nuove tecnologie per ridurre i consumi energetici e di conseguenza le emissioni di CO<sub>2</sub>.

Il nostro Gruppo ha inoltre promosso investimenti significativi per utilizzare nei propri stabilimenti macchine più performanti o che necessitano di minore energia termica.



### COMPRESSORI AD ALTA EFFICIENZA

I compressori installati presso gli stabilimenti di Nogara, Oricola e Marcianise hanno portato un **risparmio pari a 1.785 MWh all'anno** con conseguente riduzione dell'indice energetico per litro di bevanda su tutti gli stabilimenti.

### MIGLIORAMENTO DEI PROCESSI

Nello stabilimento di Lurisia sono proseguite le attività per l'installazione di misuratori energetici, che grazie al costante monitoraggio di consumi di acqua, energia elettrica e CO<sub>2</sub> permetteranno di risalire a consumi anomali derivanti da perdite.



## **LO STABILIMENTO DI ORICOLA: POLO D'ECCELLENZA TECNOLOGICA E DI SOSTENIBILITÀ**

Nel 2022, nel **sito produttivo di Oricola (AQ)** sono stati investiti **oltre 20 milioni di euro**, con l'obiettivo di creare una **nuova linea di produzione di lattine**, la prima nella storia dello stabilimento. Fino ad oggi, infatti, il sito ha focalizzato le 4 linee attuali sulla produzione di referenze in PET, rPET e bag in box. L'innovazione riguarda anche la costruzione di una **nuova sala per la preparazione dei concentrati e di un nuovo magazzino di oltre 3.000 m<sup>2</sup>** dedicato allo stoccaggio delle materie prime. Le nuove macchine avranno infatti la miglior tecnologia disponibile nel mercato per **minimizzare i consumi**: è prevista ad esempio la **diminuzione di oltre il 25% dell'intensità energetica** necessaria a imbottigliare un litro di bevanda.

Questo investimento, oltre a rafforzare e differenziare la capacità produttiva dello stabilimento, garantirà oltre **50 nuovi posti di lavoro**, escluso l'indotto.



4

# IMBOTTIGLIAMENTO: LE VITE DEL PACKAGING



## 99,94%

DI RIFIUTI DA PROCESSI DI IMBOTTIGLIAMENTO DESTINATI AL RICICLO,  
AVVICINANDOCI ALLO "ZERO LANDFILL"

### 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.**

Vogliamo essere innovatori anche in queste fasi e per questo promuoviamo continui investimenti per l'innovazione del packaging, attraverso collaborazioni con le Università per individuare materiali alternativi, lo studio di soluzioni in grado di ridurre il peso degli imballaggi e investimenti per ottimizzare costantemente le tecnologie utilizzate negli stabilimenti. 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.





Tutte le nostre bottiglie e lattine dopo il consumo possono avere nuove vite. Sono riciclabili al 100% e se smaltite correttamente possono tornare ad essere nuove bottiglie e nuove lattine e contribuire a ridurre l'impiego di materie prime e le emissioni di CO<sub>2</sub>. 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: **sosteniamo un'economia circolare per le confezioni di plastica** e lo facciamo su diversi livelli.

## 1

**UTILIZZO DI PLASTICA RICICLATA (rPET)**

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 plastica riciclata (rPET) e avere una seconda vita. Nel 2022 abbiamo continuato ad investire nella plastica **100% riciclata** per le nostre bottiglie, tappo ed etichetta esclusi, confermando il nostro 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 di tutti i formati e varianti di Coca-Cola, Fanta, Sprite, Kinley, Fuze Tea e Powerade.

**100% rPET PER DARE ANCORA UNA NUOVA VITA**

Nel 2023, Coca-Cola ha esteso la produzione delle bottiglie in 100% plastica riciclata (rPET), ad esclusione del tappo e dell'etichetta, ai principali marchi del portafoglio bibite con l'obiettivo di accelerare la transizione verso un'economia sempre più circolare.

**LE BOTTIGLIE IN rPET POSSONO PRESENTARE COLORAZIONI VARIABILI**

Le bottiglie ottenute con l'impiego di preforme in materiale rPET possono presentare delle colorazioni che differiscono dalla normale trasparenza che si è soliti osservare con l'impiego di preforme in PET vergine. Tale deviazione di colorazione della trasparenza della bottiglia, non influisce in alcun modo sulla qualità e la sicurezza del prodotto in esse contenuto.

**RICONOSCIMENTI DEL NOSTRO APPROCCIO ALL'ECO-DESIGN**

Nel 2022, a conferma del nostro impegno verso la circolarità degli imballaggi, abbiamo vinto il bando CONAI<sup>8</sup> per l'eco-design degli imballaggi nell'economia circolare per aver implementato l'introduzione di rPET nelle bottiglie FuzeTea.

<sup>8</sup> CONAI è un Consorzio privato senza fini di lucro che costituisce in Italia lo strumento attraverso il quale i produttori e gli utilizzatori di imballaggi garantiscono il raggiungimento degli obiettivi di riciclo e recupero



## LA RINASCITA DELLO STABILIMENTO DI GAGLIANICO (BI)

Quest'anno abbiamo inaugurato lo **stabilimento di Gaglianico**, a Biella, per la produzione di preforme in plastica riciclata (rPET). Grazie a un investimento di oltre **30 milioni di euro**, il più importante in sostenibilità nella storia del Gruppo Coca-Cola HBC, è stata recuperata la fabbrica in disuso da 8 anni e riconvertita in un **innovativo impianto capace di trasformare fino a 30.000 tonnellate di PET all'anno in nuove preforme in 100% PET riciclato destinate all'imbottigliamento delle bevande dell'azienda**. Un investimento che conferma l'impegno e il contributo del Gruppo allo sviluppo industriale dell'area biellese. Il sito si estende su una **superficie complessiva di 18.000 m<sup>2</sup> alimentata al 100% con energia da fonti rinnovabili e conta 4.700 controlli qualità al giorno** grazie ad alcune tra le tecnologie ad oggi più avanzate.



Inoltre, secondo uno studio commissionato dall'azienda ad IFEU (Institute for Energy and Environmental Research) e convalidato da Eco3, **l'utilizzo di PET riciclato per il formato 0,66L ha implicazioni positive anche in termini di emissioni di CO<sub>2</sub>**. Nello specifico, la minore richiesta di energia della tecnologia installata a Gaglianico, insieme all'utilizzo di energia elettrica al 100% da fonti rinnovabili, porta a una **riduzione del 70% delle emissioni di CO<sub>2</sub> nella produzione della preforma in rPET**, rispetto alla produzione in altro stabilimento della stessa preforma in PET vergine. Questo investimento è un'altra azione concreta per rispondere alle richieste della Direttiva Europea sulla Plastica Monouso (cosiddetta Direttiva SUP).

**4.700**

CONTROLLI QUALITÀ AL GIORNO



**-70%**

DI EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>  
NELLA PRODUZIONE DELLA PREFORMA  
IN RPET A GAGLIANICO, RISPETTO  
ALLA PRODUZIONE IN ALTRO STABILIMENTO  
DELLA STESSA PREFORMA IN PET VERGINE

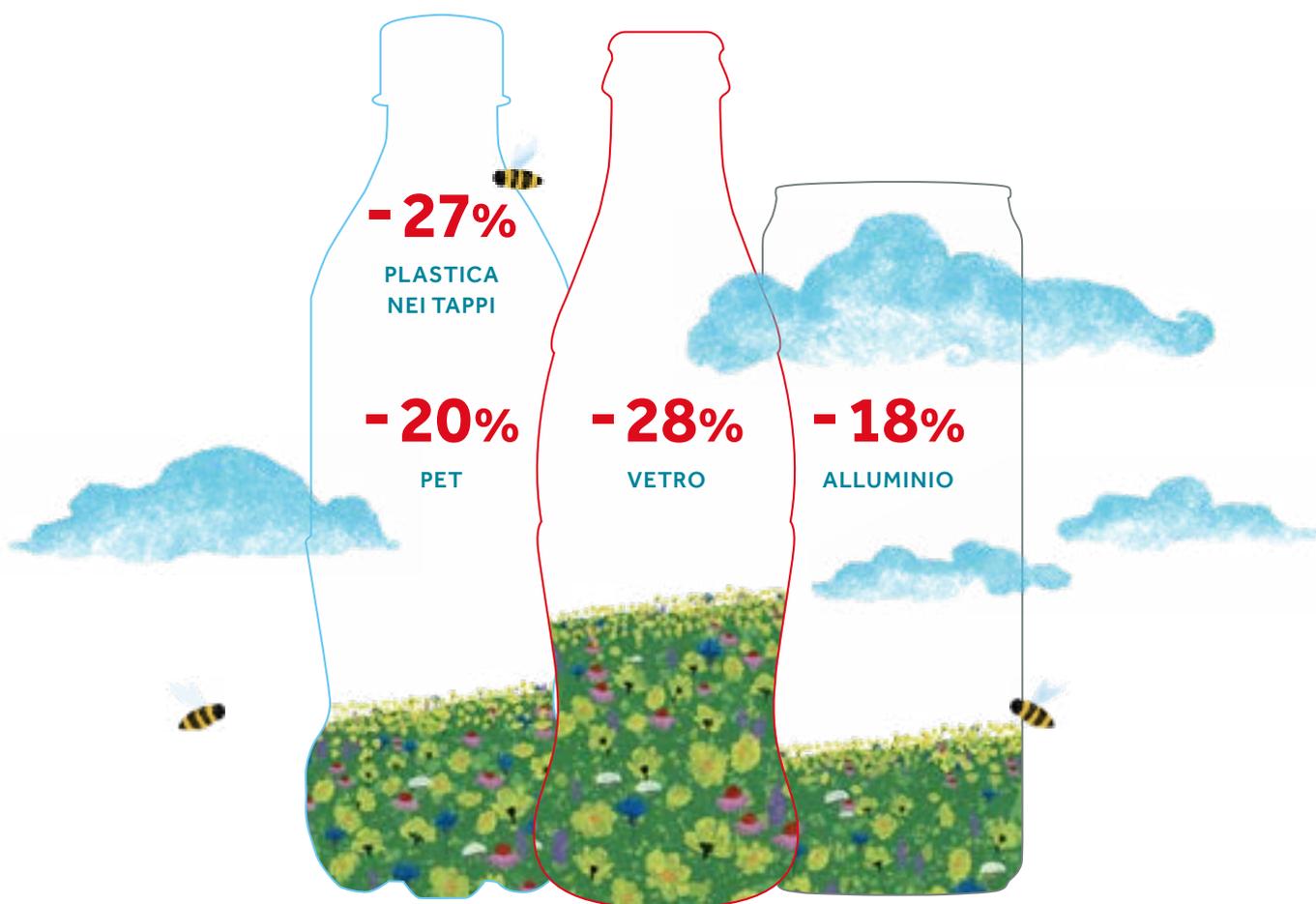
## 2

## SGRAMMATURA

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 da 1.5L è diminuito sensibilmente, arrivando a -45,7%, con una conseguente riduzione del PET utilizzato. Tutte le preforme di PET in circolazione sono trasparenti consentendo un riciclo migliore del materiale.

**Nel 2022 abbiamo lavorato alla sgrammatura delle lattine di alluminio 50cL e 30cL e dei loro coperchi, per una riduzione del peso della lattina del 3% e 4%.**

Negli ultimi 10 anni abbiamo ottenuto importanti risultati con le nostre bottiglie<sup>9</sup>:



<sup>9</sup> Dati relativi ai formati più rilevanti in termini di volumi.



# 3

## TETHERED CAP



### UNITI PER RICICLARE MEGLIO



Nel 2023, Coca-Cola ha esteso i *tethered caps*, i tappi uniti alla bottiglia, già presenti nelle bottiglie di Fuze Tea, ai principali marchi del portafoglio, con l'obiettivo di semplificare la raccolta e il riciclo e ridurre la dispersione e l'impatto della plastica sull'ambiente. L'introduzione di *tethered cap* ha anche consentito di ridurre dell'1,5% il peso del tappo per le bevande gassate e del 14% per le bevande piatte rispetto al design precedente.



Un'innovazione importante che conferma il nostro impegno nel rendere le confezioni sempre più sostenibili e che anticipa le disposizioni contenute nella direttiva EU sulle chiusure degli imballaggi in plastica per bevande, che entrerà in vigore nel 2024.





## 4

**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, prive di plastica negli imballaggi secondari.





# 5

## FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE: DIPENDENTI E COMUNITÀ LOCALI

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

Tra questi:

---

### COLLECTION TOUR

Nel 2022 è proseguito il **"Collection Tour"**, iniziativa ideata nel 2021, che ci ha visto lungo le coste di Cesenatico, Viareggio, Gallipoli e Siracusa durante i fine settimana di agosto, per **invitare i consumatori a smaltire correttamente le bottiglie in PET**, così che potessero tornare a nuova vita. A questa attività si sono aggiunti altri momenti di raccolta dei rifiuti in PET e di sensibilizzazione dei consumatori durante eventi di vario tipo, come il Coca-Cola Summer Festival e l'Eurovision Song Contest di Torino.



---

### NEI PARCHI MARINI CALABRIA... OGNI LATTINA VALE

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 per il secondo anno consecutivo nelle strade, nelle piazze e lungo le spiagge di 13 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.**



## ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE CON COOP

Nei mesi di settembre, ottobre e novembre con **Coop** abbiamo organizzato un **tour in 5 ipermercati per promuovere il corretto conferimento delle bottiglie in PET e sensibilizzare i consumatori sul valore di questo materiale** che, se conferito correttamente nella raccolta differenziata, può tornare ad essere una bottiglia di PET innumerevoli volte. Attraverso un corner di edutainment, quiz e pannelli illustrativi abbiamo accompagnato i consumatori alla scoperta della seconda vita di una bottiglia di plastica. Il corner è stato dotato di un punto di raccolta bottiglie gestito in collaborazione con il consorzio Coripet.



## I RISULTATI OTTENUTI

In linea con la strategia del **World Without Waste** e della riduzione dello spreco alimentare ci stiamo impegnando nella gestione del rifiuto con i seguenti risultati:

**IL 100%**  
DEI FANGHI  
GENERATO DAL  
TRATTAMENTO DEI NOSTRI  
EFFLUENTI VIENE UTILIZZATO  
PER GENERARE PRODUZIONE  
DI BIOGAS O COMPOST

**IL 100%**  
DEGLI SCARTI  
DELLE BEVANDE GASSATE,  
VIENE UTILIZZATO PER LA  
PRODUZIONE DI ENERGIA

**Tutti i  
materiali**  
DA IMBALLAGGIO CHE  
UTILIZZIAMO RIENTRANO  
NELLA  
**filiera  
del riciclo**



5

# DIREZIONE CONSUMATORE



**ARRIVATI FIN QUI,  
LE MATERIE PRIME  
SONO STATE REPERITE  
E GLI INGREDIENTI ASSEMBLATI,  
LA BEVANDA PLASMATA ATTRAVERSO  
DIVERSI PROCESSI DI LAVORAZIONE E INFINE  
IMBOTTIGLIATA: È IL MOMENTO DI PORTARE IL  
PRODOTTO FINITO DALLA FABBRICA AL CLIENTE.**

Siamo giunti alla fase della distribuzione, in cui è necessario che i diversi attori in gioco collaborino sinergicamente, dai distributori ai magazzini che costituiscono un punto nevralgico, dai retailer alle piattaforme digitali.

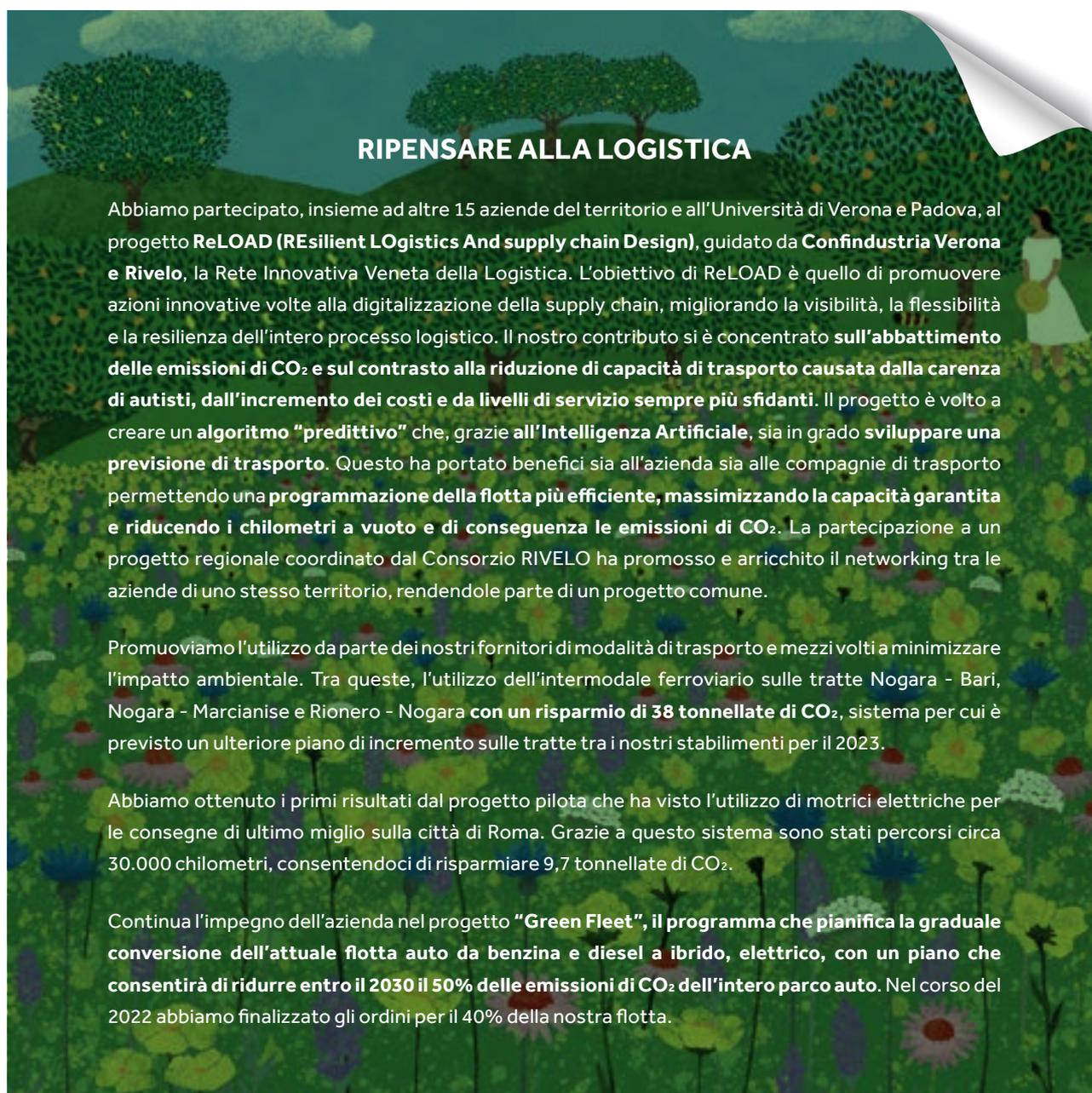
Attraverso una programmazione efficiente delle operazioni di logistica e degli itinerari di distribuzione riusciamo a garantire un continuo supporto ai clienti, minimizzando al contempo l'impatto sull'ambiente.

In questo modo il prodotto è arrivato a destinazione, nelle mani dei consumatori e pronto per essere consumato. Le nostre bevande sono sempre una garanzia di qualità e, anche grazie all'impegno che promuoviamo nell'"ultimo miglio", sono in grado di comunicare 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 gli itinerari per prevenire spostamenti e flussi di trasferimento inefficienti, oltre ad integrare le migliori tecnologie nei punti vendita, a partire dalle frigovetrine che conservano e refrigerano le bevande.

## Eco-logistica

Ci siamo posti l'**obiettivo di rendere gli spostamenti più efficienti e ridurre le emissioni di gas climalteranti connesse, lavorando sull'ottimizzazione della gestione dei flussi di trasferimento tra i diversi poli produttivi**. A partire dall'analisi dei dati raccolti, abbiamo implementato una serie di azioni pensate con l'obiettivo di prevenire i percorsi meno funzionali. Il beneficio di questa attività si è concretizzato in una riduzione del corrispettivo di 380 Trucks utilizzati rispetto al 2021, pari a una percorrenza di 67.150 chilometri, **evitando così l'emissione di 48 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente**<sup>10</sup>. Sempre in quest'ottica, adottando la modalità **"round trip"** che abbina il viaggio di ritorno al viaggio di consegna, abbiamo permesso un'ulteriore diminuzione della percorrenza di 572.502 chilometri, per un totale di 382 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente risparmiate<sup>11</sup>.



### RIPENSARE ALLA LOGISTICA

Abbiamo partecipato, insieme ad altre 15 aziende del territorio e all'Università di Verona e Padova, al progetto **ReLOAD (RESilient LOGistics And supply chain Design)**, guidato da **Confindustria Verona e Rivelo**, la Rete Innovativa Veneta della Logistica. L'obiettivo di ReLOAD è quello di promuovere azioni innovative volte alla digitalizzazione della supply chain, migliorando la visibilità, la flessibilità e la resilienza dell'intero processo logistico. Il nostro contributo si è concentrato **sull'abbattimento delle emissioni di CO<sub>2</sub> e sul contrasto alla riduzione di capacità di trasporto causata dalla carenza di autisti, dall'incremento dei costi e da livelli di servizio sempre più sfidanti**. Il progetto è volto a creare un **algoritmo "predittivo"** che, grazie all'**Intelligenza Artificiale**, sia in grado **sviluppare una previsione di trasporto**. Questo ha portato benefici sia all'azienda sia alle compagnie di trasporto permettendo una **programmazione della flotta più efficiente, massimizzando la capacità garantita e riducendo i chilometri a vuoto e di conseguenza le emissioni di CO<sub>2</sub>**. La partecipazione a un progetto regionale coordinato dal Consorzio RIVELLO ha promosso e arricchito il networking tra le aziende di uno stesso territorio, rendendole parte di un progetto comune.

Promuoviamo l'utilizzo da parte dei nostri fornitori di modalità di trasporto e mezzi volti a minimizzare l'impatto ambientale. Tra queste, l'utilizzo dell'intermodale ferroviario sulle tratte Nogara - Bari, Nogara - Marcanise e Rionero - Nogara **con un risparmio di 38 tonnellate di CO<sub>2</sub>**, sistema per cui è previsto un ulteriore piano di incremento sulle tratte tra i nostri stabilimenti per il 2023.

Abbiamo ottenuto i primi risultati dal progetto pilota che ha visto l'utilizzo di motrici elettriche per le consegne di ultimo miglio sulla città di Roma. Grazie a questo sistema sono stati percorsi circa 30.000 chilometri, consentendoci di risparmiare 9,7 tonnellate di CO<sub>2</sub>.

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, con un piano che consentirà di ridurre entro il 2030 il 50% delle emissioni di CO<sub>2</sub> dell'intero parco auto**. Nel corso del 2022 abbiamo finalizzato gli ordini per il 40% della nostra flotta.

<sup>10</sup> Considerando le emissioni well-to-wheels

<sup>11</sup> Riduzione calcolata tramite lo strumento web promosso da ECR Italia Ecologico



## CI MUOVIAMO VERSO IL TRAGUARDO ZERO EMISSIONI

Nel 2022 è stato firmato un protocollo di Intesa con **IKIGAI** per **decarbonizzare le emissioni dei trasporti dell'azienda**. Un progetto innovativo in linea con **Net zero By 40**, l'impegno intrapreso a livello di Gruppo nel 2021 per raggiungere zero emissioni nette lungo l'intera catena del valore entro il 2040.

Il progetto pilota consisterà nella **creazione di hub multi fuel** per la fornitura di combustibili verdi (tra cui elettricità, biometano e idrogeno) e di un **ecosistema per la fornitura di veicoli a impatto zero**.

## INVESTIAMO IN **MAGAZZINI PIÙ EFFICIENTI**

Durante l'anno, **abbiamo investito 2,8 milioni di euro nei nostri stabilimenti di Nogara e Marcianise** attraverso i progetti **HUB ONE** e **SMART HUB**. Questi investimenti hanno portato a un **aumento del 30% della produttività nei nostri magazzini, potenziando l'efficienza operativa complessiva**. A Nogara abbiamo migliorato l'organizzazione dei magazzini e facilitato i flussi di carico e scarico con una nuova disposizione dei siti di stoccaggio. A Marcianise abbiamo ottimizzato le tempistiche di attraversamento dei camion, dall'arrivo all'uscita (gate-to-gate), e incrementato le capacità di carico e stoccaggio del sito.

QUESTI CAMBIAMENTI CI CONSENTONO DI ACCOGLIERE VOLUMI E COMPLESSITÀ DI BUSINESS CRESCENTI AUMENTANDO LA QUALITÀ DEI SERVIZI PER I NOSTRI CLIENTI.



## Una sostenibilità capillare

Le **frigovetrine** rappresentano uno degli ultimi avamposti nella nostra catena del valore: quelle immesse sul mercato dal 2015 sono **"ecofriendly"**, ovvero utilizzano come agenti refrigeranti gli 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 inoltre continua a sostenere investimenti in efficienza energetica, promuovendo una nuova generazione di frigovetrine: **oggi l'82% delle frigovetrine presenti sul mercato, il 15% in più rispetto al 2021, permette di ridurre il consumo di elettricità e di usare refrigeranti che non danneggino l'atmosfera.** Nel 2022, con l'ulteriore investimento ci siamo dotati di **28.000 frigovetrine, di cui 22.700 già introdotte nel mercato, che hanno permesso di risparmiare, rispetto a quelle tradizionali, oltre 43,5 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.

---

# 82%

DI FRIGOVETRINE SUL MERCATO  
AD ALTA EFFICIENZA ENERGETICA

---

# 22.700

COOLER ECOFRIENDLY  
INTRODOTTI NEL MERCATO  
NEL 2022





# CRESCERE INSIEME:

la nostra visione per le nostre persone



1

# SONO LE PERSONE A FARE LA DIFFERENZA



**DIETRO  
OGNI ATTIVITÀ,  
DIETRO OGNI SUCCESSO,  
CI SONO LE NOSTRE PERSONE,  
CON LE LORO CAPACITÀ E COMPETENZE.**

Per questo ogni giorno ci adoperiamo per garantire la loro crescita in un luogo di lavoro che sia stimolante, inclusivo e sicuro, in linea con una vision aziendale orientata al futuro e in cui tutti possano riconoscersi.

Il nostro approccio si traduce in **tre pilastri**.



## SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE

Per coltivare ogni giorno la capacità di rispondere alle sfide del mercato



## DIRITTI UMANI E PARI OPPORTUNITÀ

Per garantire una reale inclusione e dare a tutti la possibilità di esprimersi



## BENESSERE E COINVOLGIMENTO

Per essere sempre all'ascolto delle nostre persone e dei loro bisogni



## CHANGE LEADERS' BENCH STRENGTH

Consapevoli dell'importanza di accompagnare e guidare le nostre persone nella loro crescita professionale, abbiamo sviluppato un sistema integrato e multidimensionale di feedback e valutazione delle performance, che coinvolge tutte le funzioni. In questo senso, un indicatore fondamentale per la sostenibilità dei nostri piani di successione di carriera è quello che chiamiamo **Change Leaders' Bench Strength**, che misura la consistenza della "linea di successione" per quelle posizioni che sono considerate chiave in azienda.

Anche per il 2022,  
per il 7° anno consecutivo,  
il Top Employers Institute ci ha  
assegnato il titolo di Top Employer  
Italia, una certificazione dedicata  
alle aziende che si sono distinte per  
l'approccio alle persone in relazione a  
condizioni di lavoro, benefit, piani  
di carriera e investimenti in  
formazione.



## Le competenze per rafforzare la crescita

Consideriamo la formazione e lo sviluppo continuo fra gli elementi essenziali di un modello di crescita di successo. Per questo, da diversi anni, ci siamo dotati della **piattaforma HELO (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 **2.000 contenuti di training**.



I processi di gestione delle persone in Coca-Cola HBC hanno l'obiettivo di facilitare lo scambio di esperienze e condividere conoscenze e abilità. Con queste finalità abbiamo sviluppato alcuni strumenti, tra cui il processo di valutazione "**Performance for Growth (P4G)**", che 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 dell'azienda. Lo strumento consente una continua e multidirezionale condivisione di feedback, obiettivi e performance.

Sempre a supporto dei processi di condivisione nel 2019 abbiamo lanciato **This is Me App**, social interno, che permette di condividere con tutti i colleghi del Gruppo momenti delle proprie giornate lavorative: incontri, corsi di formazione, eventi, team building e molto altro ancora.

## I nostri progetti di formazione e sviluppo



### FAST FORWARD PROGRAM

Percorso di accelerazione strutturato su diversi livelli con l'obiettivo di rafforzare la leadership dei dipendenti ad alto potenziale. Il percorso, svolto in modalità mista, digitale e presenza, nel 2022 ha coinvolto 31 risorse. All'interno del programma FFW nel 2022 è proseguita la **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

Sessioni di mentoring e coaching finalizzate a supportare lo sviluppo personale, a riflettere sulle proprie aspirazioni e a sbloccare il proprio potenziale inespresso. Per la realizzazione delle sessioni è possibile attingere a **352 Mentori e a 100 Coach interni certificati provenienti da tutti i Paesi del Gruppo**. Nel 2022 è proseguito il programma interno finalizzato ad ottenere la certificazione da coach.

### OPPORTUNITY MARKETPLACE

Per il terzo anno consecutivo è **proseguito Opportunity Marketplace, 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 in cui 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 corso dell'anno, a livello di Gruppo, sono stati pubblicati 27 nuovi progetti, che si aggiungono ai 291 progetti degli anni precedenti.**



## FORMAZIONE COMMERCIALE

Con l'obiettivo di sviluppare tecniche di vendita e negoziazione, una squadra di 10 trainer specializzati nel coaching on the job e in attività formative in aula ha portato avanti anche nel 2022 la gestione della **Sales Academy**, iniziativa nata nel 2021 e rivolta a tutti i profili commerciali dell'azienda - Business Developer, Channel Developer e TeleSeller - e ai colleghi neoassunti e già "in forza". Le attività di formazione previste, svolte in modalità fisica e virtuale, prevedono l'affiancamento di altri colleghi "Buddy", insieme a 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.

## RISE MANAGEMENT TRAINEE PROGRAM

Nato con l'obiettivo di attrarre giovani talenti, il programma si traduce in 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 2022 sono state coinvolte 5 risorse (3 in Sales e 2 in Supply Chain).

## OPERATOR DEVELOPMENT PROGRAM

Inaugurato nel 2020, è proseguito anche nel corso del 2022 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.



## Formazione ed employer branding

Quest'anno 27 colleghi hanno partecipato come docenti a un Executive Master in Gestione delle Risorse Umane presso una Business School italiana, mettendo le proprie competenze trasversali a disposizione dei Manager del futuro e affrontando molteplici tematiche riguardanti la funzione HR. In totale, i colleghi hanno erogato 100 ore di formazione e hanno coinvolto 35 studenti nello sviluppo di 5 progetti sulle tematiche di Onboarding, Employer Branding e Genitorialità.

Il nostro coinvolgimento è stato esteso anche all'erogazione di 2 borse di studio a supporto degli studenti.

2

# IL VALORE DEL BENESSERE



## CREDIAMO CHE LA MATURAZIONE DI UN SENSO DI COMUNITÀ E DI COESIONE SI RIFLETTA NELLA SOLIDITÀ E NELLA CRESCITA DEL BUSINESS.

Con questa convinzione, cerchiamo di rendere accogliente il nostro ambiente per un lavoro attrattivo, in cui i bisogni delle persone vengano ascoltati con attenzione e il loro benessere venga considerato come un fattore fondamentale. Per questo, nel 2022 abbiamo lanciato due **Pulse Survey**, strumento che offre a tutti i dipendenti l'opportunità di esprimere le proprie opinioni su diverse tematiche, fondamentali per accelerare i progressi dell'azienda verso l'ascolto delle proprie persone. Sulla base dei risultati quantitativi emersi, abbiamo approfondito la parte qualitativa con focus group e momenti ad hoc dedicati ai diversi team e definito un piano di azione strutturato per rispondere alle esigenze emerse dalle diverse funzioni aziendali.

In particolare, le aree esplorate tramite la survey sono state: **wellbeing ed energia, customer focus, priorità strategiche, leader onesti e aperti al dialogo** che sono di ispirazione. A seguito della survey, ogni funzione si è concentrata sulle aree di miglioramento, sviluppando un piano di azione ad hoc su temi quali l'energia ed il work-life balance, gli strumenti di lavoro e la prioritizzazione.



## Le principali iniziative per i dipendenti



### SUPPORTO PSICOLOGICO

Per sostenere il benessere psico-fisico delle nostre persone, abbiamo messo a disposizione un supporto psicologico gratuito 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, delle situazioni difficili e della cura del proprio benessere.

### SESSIONI DI PROMOZIONE DEL BENESSERE PSICOFISICO

Nel 2022, con il progetto Be Well Weeks, abbiamo dedicato due settimane alla promozione del benessere psicofisico nella nuova normalità. Il Programma ha previsto un fitto calendario di incontri focalizzati sulla salute e sull'equilibrio del corpo e della mente e sulla cura del proprio benessere.

Sempre nell'ambito di "**Be Well Weeks**", abbiamo offerto a tutte le colleghe della sede centrale la possibilità di effettuare una visita senologica o una mammografia, completamente gratuita e svolta presso l'ufficio, al fine di promuovere la cura del benessere con la prevenzione.

### EMPLOYEE ASSISTANCE PROGRAM

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 in riferimento a questioni sia personali che lavorative. Il servizio, che mette a disposizione più di una sessione per persona, è stato esteso anche ai familiari.



## UN BONUS PER LE NOSTRE PERSONE

Nel 2022, in considerazione del momento complesso per via dell'inflazione, **abbiamo erogato un bonus di 800€ spendibile tramite la piattaforma welfare aziendale in una serie di servizi a ciascuno dei nostri dipendenti che percepiscono il premio di produzione**; un segnale di vicinanza e di sostegno concreto per affrontare insieme un momento storico particolare come quello che stiamo vivendo.



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

Essere al fianco dei nostri dipendenti significa anche capirne le esigenze e promuovere soluzioni che favoriscano l'equilibrio tra vita privata e vita lavorativa, una delle nostre priorità degli ultimi anni.

Già dal 2017, infatti, i nostri dipendenti avevano la possibilità di usufruire di 7 giorni al mese di lavoro da remoto, grazie anche alla fornitura di tutti gli strumenti necessari per lavorare da casa, quali PC e telefoni aziendali. Nel 2022, poi, abbiamo deciso di estendere il lavoro da remoto sino ad un massimo di 12 giorni al mese: in questo modo il lavoro da casa è diventato predominante. Per questo l'azienda ha deciso di pubblicare una guida rivolta ai dipendenti sulle "best practice" da adottare, dal titolo autoesplicativo: il **Galateo dello Smart Working**. Il documento fornisce indicazioni sulla corretta gestione e organizzazione delle riunioni, sui comportamenti da adottare o da evitare durante le video-call e sugli orari che è preferibile rispettare.

Un altro strumento introdotto nel 2013 che è stato studiato proprio per favorire un equilibrio casa/lavoro è la monotimbratura: ovvero la possibilità di timbrare il cartellino solo in entrata o solo in uscita, permettendo alle persone di organizzarsi la giornata lavorativa sulla base delle esigenze personali, senza vincoli di orario.





3

# DIRITTI UMANI E INCLUSIONE

## OGNI GIORNO CI ADOPERIAMO PER ABBATTERE LE BARRIERE TRA LE PERSONE SUL POSTO DI LAVORO E AFFINCHÉ NON CI SIANO DISPARITÀ.

Per noi, ognuno deve sentirsi libero di esprimere la propria autenticità: siamo convinti che genere, età, provenienza, credo politico o religioso, orientamento sessuale, abilità siano segni dell'unicità di ognuno e che devono essere valorizzati e diventare punti di forza. In questo ci guida la Policy sui Diritti Umani di Coca-Cola HBC, ispirata ai più alti principi contenuti nei documenti internazionali in merito ai diritti dell'uomo, che 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. Come strumento integrativo alla Policy, abbiamo definito le procedure che consentono ai dipendenti di segnalare eventuali non conformità rispetto alle leggi, alle practices o alla Policy stessa e di fornire eventuali feedback a riguardo. Le segnalazioni possono anche essere fatte anonimamente contattando il responsabile della funzione, l'Ethics and Compliance Officer oppure il Dipartimento di Internal Audit e in particolare il COBC (Code of Business Conduct) Manager. È inoltre attiva **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 2022 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.

# ZERO



## VIOLAZIONI RELATIVE AI DIRITTI UMANI NEL CORSO DEL 2022



### Certificazione sulla gender equality

Nel corso del 2022 abbiamo ottenuto la **certificazione per la parità di genere da parte di IDEM**, start-up nata all'Università di Modena e Reggio Emilia in seno alla Fondazione Marco Biagi. **La certificazione riconosce il percorso avviato dall'azienda verso una maggiore valorizzazione dei talenti al femminile.**

IDEM supporta e certifica le realtà che si impegnano a ridurre la disparità di genere, attraverso un originale modello di misurazione e diagnosi che include indicatori relativi alle retribuzioni, alle opportunità di carriera, all'organizzazione e alla cultura organizzativa, con l'obiettivo di definire piani di azione per incorporare la parità di genere nelle decisioni aziendali.

In particolare, abbiamo ottenuto una valutazione pari o vicina a 100 nelle aree: **Equità Remunerativa (100/100), Genitorialità e Conciliazione (91/100), Cultura e strategia (90/100)**. L'ottenimento di questo riconoscimento è frutto dell'impegno dell'azienda nel perseguire l'obiettivo del nostro Gruppo di avere il 50% delle posizioni manageriali ricoperte da donne entro il 2025.

Il 43% di posizioni manageriali in Coca-Cola HBC Italia è ricoperto da donne, tra queste le direttrici di stabilimento di Marcyanise (CE) e Roccaforte Mondovi (CN).





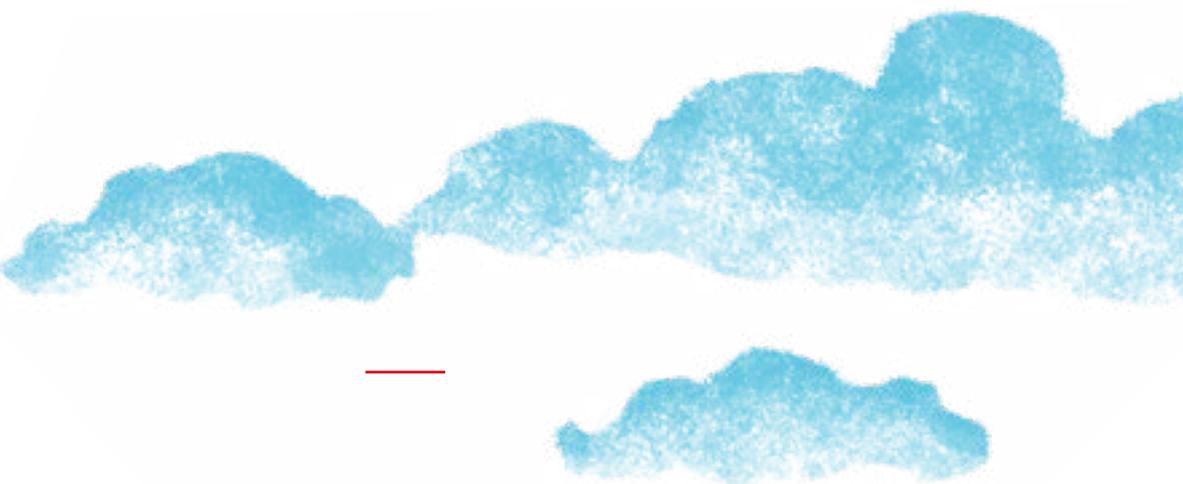
4

# 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. Da sempre, infatti, tematiche quali la sostenibilità, la parità di genere e l'inclusione delle diversità rappresentano pilastri essenziali alla base delle nostre relazioni industriali tese ad essere sempre attuali e moderne.



## INCONTRI CON LE ORGANIZZAZIONI SINDACALI

AL FINE DI FACILITARE IL CONFRONTO CON IL SINDACATO,  
ORGANIZZIAMO INCONTRI PERIODICI CON LE RAPPRESENTANZE SINDACALI UNITARIE,  
LE SEGRETERIE TERRITORIALI E LE SEGRETERIE NAZIONALI.

In particolare, le due riunioni annuali di coordinamento previste con gli organismi sindacali nazionali costituiscono un'occasione di discussione 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 il confronto tra le parti è sempre 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.





5

# SALUTE E SICUREZZA: "ZERO IS POSSIBLE"

**DA SEMPRE  
CI IMPEGNIAMO A TUTELARE  
LE NOSTRE PERSONE GARANTENDONE  
LA SICUREZZA E PRESERVANDONE  
LA SALUTE SIA FISICA SIA MENTALE.**

Per questo applichiamo standard e pratiche di gestione orientate alla prevenzione dei rischi per chiunque abbia accesso ai nostri spazi aziendali: personale, appaltatori, subappaltatori, fornitori, trasportatori, nonché per i visitatori. A maggior ragione negli ultimi anni, dopo la pandemia, abbiamo rafforzato gli strumenti per la prevenzione 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. Nel 2022 ci siamo concentrati sul monitoraggio e sul mantenimento di tali azioni, con uno sguardo costante e attento ai cambiamenti normativi e alle esigenze dei lavoratori.



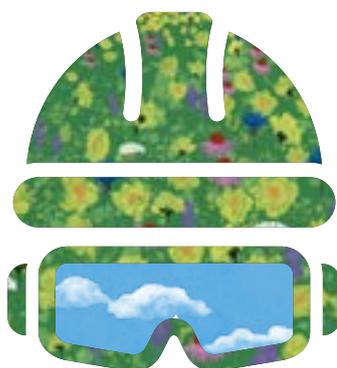
## Zero is possible

Anche nel 2022 è proseguito il progetto “Zero is possible”, ideato nel 2021 con l’obiettivo di definire un piano di azione per garantire ambienti di lavoro sempre più sicuri e ridurre i numeri degli infortuni, fino ad arrivare allo zero. Per poter raggiungere questo ambizioso traguardo, nel 2022 è continuato 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. La governance di questo processo ha superato con esito positivo il ciclo di audit di rinnovo, svolto in modalità mista da remoto e in presenza, che copre tutti i processi svolti nei nostri stabilimenti, uffici e nella funzione commerciale.

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 sia fuori l’ambiente di lavoro. In quest’ottica, è continuato nel 2022 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 implementato in tutti gli stabilimenti e nella funzione commerciale.

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

**Tutti  
gli stabilimenti  
dell’azienda<sup>12</sup>  
e la funzione  
commerciale**  
CON OLTRE 35.000  
COMPORAMENTI OSSERVATI



**921 dipendenti**  
DELLA FUNZIONE COMMERCIALE  
ITINERANTE SUL TERRITORIO  
NAZIONALE FORMATI COME  
OSSERVATORI BBS

**312 dipendenti**  
DI COCA-COLA HBC ITALIA  
E **169 dipendenti**  
DEI PROVIDER LOGISTICI  
FORMATI SECONDO  
IL PROTOCOLLO BBS

**80 barriere  
rimosse**  
GRAZIE ALL’ANALISI DELLE  
OSSERVAZIONI, CON L’OBIETTIVO  
DI RENDERE LE ATTIVITÀ PIÙ SICURE  
ED EVITARE COMPORAMENTI  
IMPRUDENTI

<sup>12</sup> Ad esclusione del plant di Lurisia, Roccaforte Mondovì (CN), e gli uffici di Sesto San Giovanni



Il numero di infortuni sul lavoro occorsi a lavoratori dipendenti nel 2022 è pari a 15, tra i quali non vi sono stati infortuni gravi, per un totale di giorni di prognosi pari a 543. Le principali tipologie di infortunio sono state le seguenti: cadute, inciampi, scivolamenti, incidenti stradali subiti (ad esempio tamponamenti), urto con veicoli in movimento, contatto con macchinari ed attrezzature, movimentazione manuale dei carichi.

Nel 2022 abbiamo registrato un valore dell'indicatore LTAR (Lost Time Accident Rate) pari a 0,80. Tale indicatore, monitorato a livello di Gruppo, misura il numero di infortuni ogni 100 FTE (full-time equivalent) con almeno 1 giorno di prognosi escluso il giorno di accadimento (sono esclusi dal conteggio gli infortuni in itinere).

Nell'ottica di migliorare la cultura della sicurezza in tutti i livelli aziendali, anno dopo anno ci impegniamo a creare tavoli di discussione integrati. Dal 2019 si riunisce trimestralmente il Country H&S committee: insieme al Team Country H&S, vari membri nominati dal General Manager ed il General Manager stesso, discutono i principali argomenti H&S del trimestre passato e valutano azioni da intraprendere per il periodo successivo. Nello specifico, 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, da oltre due anni si riunisce il Country RLS committee, momento d'incontro su base trimestrale che coinvolge i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza ed i team H&S di CCHBCI. 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. Dal 2021 è stata inoltre implementata la **Quarterly Safety Call, un momento di discussione in cui il Direttore Supply Chain incontra il team di produzione e logistica, incluso il provider logistico ove presente, con l'obiettivo di discutere e analizzare le performance H&S di ciascuno stabilimento e l'andamento dei diversi progetti di miglioramento.** Nel 2022, 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 (1.670) e dei Walk the talk (1.310), 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.



## 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 gli anni di pandemia Covid-19. Nel corso del 2022 abbiamo consolidato il processo ormai intrinseco all'azienda 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.



## UN APPUNTAMENTO DEDICATO AI TEMI HEALTH & SAFETY

Nel 2022 hanno avuto luogo due appuntamenti annuali dell'**Health & Safety Week**, i più importanti 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". In entrambe le campagne sono stati approfonditi concetti come 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. La campagna di sicurezza del mese di giugno aveva come slogan "**Prenditi 5 secondi per Fermarti e Pensare!**" mentre l'evento di ottobre ha veicolato il messaggio "**Hai quello che ti serve per essere un supereroe della sicurezza?**" tramite comics disegnati appositamente per lo scopo.

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. Sono state anche organizzate delle competizioni interne a premi per incentivare la partecipazione e il coinvolgimento a tutti i livelli.

Grazie alla collaborazione con l'ufficio legale e il procurement è stato possibile avviare il progetto di gestione documentale logistica: tale progetto ha lo scopo di condividere i documenti di sicurezza con tutte le ditte di trasporto che collaborano con Coca-Cola HBC Italia ed i loro subvettori. Lo scambio documentale, supportato da formazione, coordinamento e cooperazione, è lo strumento principale attraverso il quale possiamo intervenire per eliminare gli infortuni sul posto di lavoro.

Grande attenzione è inoltre stata posta, grazie alla stretta relazione con l'ufficio People&Culture, allo sviluppo dei team H&S tramite la selezione di professionisti del settore, al fine di garantire che le posizioni chiave nei ruoli H&S siano ricoperte da personale qualificato e con le necessarie competenze, anche in termini di soft skills, per gestire le criticità delle attività quotidiane.





# CREARE VALORE NELLE COMUNITÀ:

è lì che rivolgiamo il nostro sguardo





1

# VIVERE LA COMUNITÀ

## ABITIAMO IL TERRITORIO ITALIANO DA QUASI UN SECOLO.

Nel tempo abbiamo instaurato legami profondi con le comunità che ci ospitano e con cui ci relazioniamo quotidianamente: rappresentano dei partner fondamentali che ci supportano nell'indirizzare il nostro impegno locale verso obiettivi di crescita sostenibile. Un impegno che ci piace definire come "cittadinanza d'impresa", espressione che porta con sé il nostro interesse nel partecipare attivamente alla vita e alle dinamiche quotidiane delle realtà in cui siamo presenti, e non solo. La Missione di Sostenibilità 2025 del Gruppo Coca-Cola HBC è il manifesto strategico del nostro approccio, che è volto a comprendere i bisogni reali delle comunità, le loro preoccupazioni e le loro aspettative, che si traduce nella progettazione e nella realizzazione di soluzioni di interesse comune.

Le attività sociali, culturali e di volontariato che portiamo avanti attraverso i nostri dipendenti si affiancano all'impatto economico e occupazionale generato sul territorio italiano grazie anche ai progetti ad impatto sociale che Fondazione Coca-Cola HBC Italia promuove dal 2005.

## I nostri principali progetti

### BANCO ALIMENTARE

Anche nel 2022 è proseguito il nostro impegno a fianco di **Fondazione Banco Alimentare Onlus**, di cui siamo partner da oltre 15 anni: una collaborazione duratura che ha visto la realizzazione di diversi progetti che negli ultimi 6 anni hanno portato alla distribuzione di alimenti pari a oltre **12 milioni di pasti**<sup>13</sup>. Grazie all'attività dei loro dipendenti, dei volontari e delle aziende partner, ogni giorno la Fondazione recupera cibo e bevande che vengono donate a strutture caritative, supportando così le politiche a favore della lotta allo spreco alimentare, alla povertà e all'esclusione sociale. La nostra campagna natalizia 2022 è stata l'occasione per collaborare con diversi partner e rafforzare ulteriormente il sostegno a Banco Alimentare. È infatti stato possibile acquistare su **Amazon.it** le **Coca-Cola Christmas Box in edizione limitata**, e, presso **Autogrill**, per ogni **menù Pausa Perfetta con Coca-Cola** acquistato è stato donato un pasto equivalente, per un totale di **650 mila pasti** destinati alle persone in difficoltà. Inoltre, per il secondo anno consecutivo, il Natale Coca-Cola ha esaltato **la magia che nasce dalla condivisione e dal dono, all'insegna della sostenibilità sociale e ambientale**. Il **Coca-Cola Truck** 100% elettrico ha portato la gioia del Natale a Torino, Milano, Napoli e Catania, città che hanno ospitato il **Coca-Cola Christmas Village "The Magic of Giving"**. All'interno del Villaggio Coca-Cola è stata allestita un'area giochi dedicata ai visitatori e un food truck per gustare una pizza con le nostre bevande. Questi due momenti sono stati ulteriori occasioni per raccogliere fondi **a favore delle attività di Banco Alimentare**.

Dopo anni di limitazioni dovute alla pandemia, nel 2022 abbiamo potuto riorganizzare i tradizionali Villaggi Coca-Cola, feste natalizie aziendali dedicate ai dipendenti che hanno fatto tappa nei nostri stabilimenti di produzione e nella sede centrale, trasformati per l'occasione in veri e propri Mercatini di Natale. Anche in questo caso, l'intera somma ricavata dall'acquisto dei gadget Coca-Cola da parte dei dipendenti è stata devoluta a Fondazione Banco Alimentare Onlus, raggiungendo la cifra record di **62.000 euro**. Infine, abbiamo donato 420 mila dispositivi di protezione individuale a Banco Alimentare Onlus per supportare ulteriormente le loro attività.



<sup>13</sup> Un pasto equivalente corrisponde a 500gr di alimenti in base ai LARN - Livelli di Assunzione di Nutrienti ed energia per la popolazione italiana



## SPECIAL OLYMPICS

Da oltre 20 anni, come Coca-Cola, siamo vicini a **Special Olympics Italia** per contribuire alla grande missione di sostenere le straordinarie potenzialità di chi ha disabilità intellettive, valorizzando lo sport come strumento capace di unire le persone e di trasformare le loro vite. Nel 2022 abbiamo supportato la XXXVII edizione dei Giochi Nazionali Estivi di Special Olympics Italia che si è svolta a Torino. Oltre **3.000 Atleti, provenienti da tutta Italia, hanno gareggiato in 20 discipline sportive.** Ad accompagnarli, oltre alle loro famiglie e staff tecnici, anche numerosi volontari, tra cui **90 dipendenti di Coca-Cola in Italia, che sono scesi in campo per fornire un aiuto concreto nell'organizzazione dell'evento** e vivere un'esperienza indimenticabile al fianco degli atleti.





## FONDAZIONE ARENA DI VERONA

La nostra azienda ha deciso di continuare a sostenere Fondazione Arena di Verona aderendo al progetto di fundraising "67 colonne per l'Arena di Verona 2022", 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.



## PREMIO CAMPIELLO



Anche nel 2022 abbiamo sponsorizzato il **Premio Campiello**, una delle più importanti manifestazioni letterarie che valorizza gli autori italiani, che sosteniamo da diversi anni. 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.





2

# SPAZIO AI GIOVANI

## CONSIDERIAMO I GIOVANI PORTATORI DI INNOVAZIONE,

nonché soggetti chiave per favorire la crescita e la creazione di valore nel tessuto imprenditoriale e nella società: aiutarli a valorizzare il loro talento e supportarli nell'orientamento lavorativo è uno dei pilastri del nostro impegno sociale.

A partire da questo presupposto, nel 2022 è proseguito il nostro progetto **#YouthEmpowered**, attivo in tutti i Paesi in cui il Gruppo Coca-Cola HBC opera con l'obiettivo di accompagnare i giovani tra i 16 e i 30 anni nel passaggio dal mondo della scuola al mercato del lavoro.

Attraverso questo progetto, offriamo ai giovani moduli di formazione di Life e Business Skill, per aiutarli a individuare e rafforzare le loro potenzialità, migliorando e ampliando le competenze professionali e guidandoli in attività di preparazione ai colloqui lavorativi, come la stesura del CV o la preparazione di un colloquio.

I corsi di formazione e i workshop online che proponiamo sono accessibili ai ragazzi attraverso apposite piattaforme messe a disposizione dai nostri partner, mentre i nostri dipendenti li accompagnano in qualità di mentori e offrono spunti e consigli utili per il loro futuro professionale tramite testimonianze di esperienze personali.



## #YouthEmpowered Principali partnership

### JUNIOR ACHIEVEMENT

Junior Achievement rappresenta la più importante organizzazione no profit nel mondo dedicata all'educazione aziendale nelle scuole. Ogni anno, con la sua rete di volontari, coinvolge più di 148 mila studenti da tutta Italia, formandoli su diversi aspetti, come l'alfabetizzazione finanziaria, la preparazione al lavoro e l'imprenditorialità.

Nel 2022 abbiamo continuato la collaborazione avviata negli scorsi anni con l'associazione, integrando le loro attività con il nostro programma **#YouthEmpowered**.

Attraverso il percorso di educazione imprenditoriale proposto da Junior Achievement Italia e rivolto agli istituti superiori, **nel 2022 abbiamo raggiunto circa 27 mila studenti**. In questo modo abbiamo permesso loro 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.



Tramite la piattaforma fornita da [www.impresainazione.it](http://www.impresainazione.it), gli studenti hanno potuto accedere ai moduli online di **#YouthEmpowered** e a numerosi webinar, che li hanno supportati nella progettazione e realizzazione dei prototipi.

### GIRLS IN STEM

Durante l'anno abbiamo dato continuità ai progetti già attivi con l'obiettivo di avvicinare e promuovere percorsi di crescita per le donne negli ambiti tecnico scientifici. Per il quarto anno consecutivo abbiamo rinnovato nell'ambito di Impresa in Azione - il programma di educazione imprenditoriale per gli studenti delle scuole superiori ideato da Junior Achievement - il premio **Girls in STEM**, promosso da **Fondazione Coca-Cola HBC Italia**. Le cinque vincitrici hanno partecipato a un **incontro di mentoring** con alcune donne manager di Coca-Cola HBC Italia, con cui si sono potute confrontare su scelte lavorative e prospettive di crescita, traendo ispirazione e consigli. Inoltre, abbiamo sviluppato uno **spazio digitale permanente dedicato alla leadership femminile** con l'obiettivo di progettare un innovativo format 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](http://www.jaitalia.org/girls-in-stem)). Inoltre, è stata promossa una formazione specifica agli insegnanti sull'empowerment femminile, finalizzata a una maggior consapevolezza sull'orientamento.





## MASTERCLASS HO.RE.CA.

Insieme a Junior Achievement, nel 2022 ci siamo rivolti per il secondo anno consecutivo agli studenti delle classi quinte degli Istituti Alberghieri, prossimi ad affacciarsi al mondo del lavoro nel settore Ho.Re.Ca. Sono state 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.** Durante questi appuntamenti sono state affrontate tematiche di vario genere, che vanno dall'innovazione all'imprenditorialità, alle competenze richieste, fino al passaggio dalla scuola al mondo del lavoro, raccontando le sfide del settore.



# Oltre 5.000 studenti

HANNO PARTECIPATO ALLE MASTERCLASS SULL'HO.RE.CA.

---

## CIVICAMENTE

Anche nel 2022 abbiamo rinnovato la partnership con **Civicamente**, società specializzata nell'uso della tecnologia digitale che, attraverso la sua piattaforma Educazionedigitale.it, coinvolge una community dinamica di oltre 100.000 docenti. Gli studenti possono beneficiare di diversi corsi di formazione presenti sulle piattaforme digitali, tra cui quello **#YouthEmpowered focalizzato sullo sviluppo delle soft e business skills**, attraverso specifici moduli di *e-learning*. Grazie a questa collaborazione che ci vede al fianco di Civicamente da sei anni, nel 2022 abbiamo raggiunto circa **35.000 studenti**.



---

## PAROLE O\_STILI

Da diversi anni collaboriamo con **Parole O\_Stili**, il Festival della comunicazione non ostile, che 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. A marzo 2022, durante l'evento annuale dell'Associazione che si è svolto online, abbiamo organizzato un webinar **#YouthEmpowered** che ha avuto l'obiettivo di trasmettere ai ragazzi una maggior consapevolezza rispetto alla propria *digital identity* e *web reputation*. Insieme, abbiamo realizzato anche una scheda didattica sulle *soft skills*, sempre più rilevanti in ogni professione.



## LEARN YOUR JOB

Nell'ambito di #YouthEmpowered abbiamo avviato una nuova edizione di "**LEARN YOUR JOB**", iniziativa che, attraverso una **serie di webinar digitali rivolti alle scuole superiori della provincia di Verona**, ha visto la partecipazione di oltre **700 studenti**. LEARN YOUR JOB è stata promossa insieme al **Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Verona**, provincia nella quale è presente il nostro stabilimento di Nogara, e con la collaborazione di **Cosp Verona**



**CONFINDUSTRIA**  
Verona

(Comitato per l'orientamento scolastico e professionale). La presenza dei nostri colleghi ha contribuito ad arricchire i contenuti del progetto: in qualità di mentori, hanno avuto la possibilità di dare spunti e suggestioni ai giovani studenti sul loro percorso professionale.





3

# DIVERSO È BELLO

## LA DIVERSITÀ E L'INCLUSIONE SONO VALORI IDENTITARI DELLA NOSTRA CULTURA AZIENDALE

e si riflettono nel nostro modo di fare impresa, nelle dinamiche interne all'azienda ma anche nelle iniziative sul territorio che portiamo avanti.

L'ambiente di lavoro inclusivo è il primo risultato di questo impegno: un luogo in cui la diversità viene valorizzata, diventa stimolo per i colleghi e fonte di innovazione. In questo solco, ci siamo fatti garanti dei diritti fondamentali dei lavoratori, estendendo l'assicurazione sanitaria e riconoscendo il congedo matrimoniale a partner dello stesso genere, ancor prima della approvazione della legge Cirinnà. Coca-Cola HBC Italia è promotrice di inclusione anche nella società: da anni supportiamo associazioni ed eventi che promuovono il valore dell'amore, una "risorsa" da preservare e difendere, e il superamento di ogni divisione. Diamo voce alla tutela dei diritti della comunità **LGBTQIA+**, negli uffici e negli stabilimenti di produzione dell'azienda, collaborando con i **Pride di Milano, Napoli, Padova e Torino** e **sviluppando progetti nelle comunità**. Nel 2022 abbiamo organizzato una serie di momenti di formazione e sensibilizzazione interni intitolati "**Le nuove frontiere della D&I: pregiudizi inconsapevoli**", con l'obiettivo di promuovere un ambiente di lavoro inclusivo e privo di pregiudizi, anche inconsci, sull'orientamento sessuale, sul genere e sulla disabilità. Gli incontri sono stati organizzati con il supporto di **Newton S.p.A.**, realtà che da oltre 20 anni propone iniziative innovative di formazione e consulenza.

  
NEWTON



## Le nostre principali associazioni

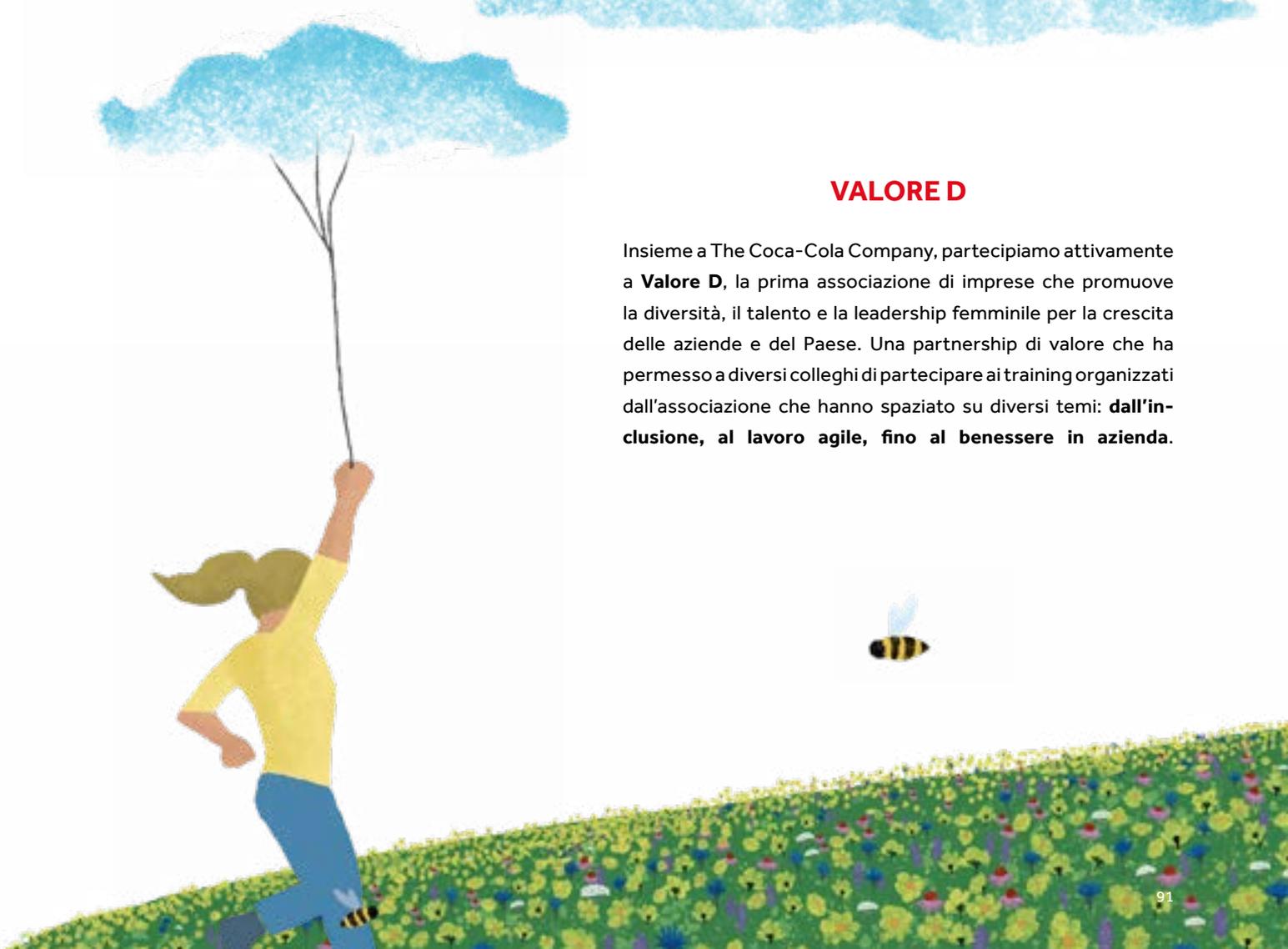
### **PARKS - LIBERI E UGUALI**

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. Una partnership di valore che ha permesso a diversi colleghi di partecipare ai training organizzati dall'associazione che hanno spaziato su diversi temi: **dall'inclusione, al lavoro agile, fino al benessere in azienda.**





## Al fianco delle nostre comunità

Gli ultimi anni hanno visto il manifestarsi di avvenimenti di vario genere che hanno portato all'acuirsi di alcuni bisogni delle comunità o all'emersione di nuovi. Per essere sempre al fianco delle comunità e per sostenere le famiglie più deboli, anche durante il 2022 è **continuato il nostro supporto al Paese attraverso la donazione dei nostri prodotti alle associazioni con cui storicamente operiamo**, quali Croce Rossa Italiana, Banco Alimentare, Fondazione Arché, Star Judo Club e molte altre con cui abbiamo iniziato a collaborare nel corso dell'anno, come Pane Quotidiano.



**630.000**

PRODOTTI DONATI  
AD ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO





# 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 2022, 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), 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", 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. La Direzione Corporate Affairs & Sustainability rivede e approva il Documento. Per consentire la comparabilità delle informazioni nel tempo, i dati sono stati inseriti, laddove possibile, su base triennale. 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 definite attraverso l'analisi di materialità, che viene sottoposta ad aggiornamento su base annuale. Per coinvolgere attivamente gli stakeholder nel processo di definizione e pesatura delle tematiche di sostenibilità più rilevanti rappresentate all'interno del documento, è stata rinnovata l'attività di ascolto degli 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.



## Strumenti e sistema di governo

### LA NOSTRA GOVERNANCE

Ci proponiamo come leader del settore e della transizione sostenibile della filiera. Lo facciamo forti di una cultura aziendale che abbiamo maturato nel corso degli anni, che si riflette in una gestione etica e trasparente del nostro business e che sostanzia il processo di crescita sostenibile e responsabile. Un approccio che viene supportato da strumenti che disciplinano la condotta aziendale e le regole della corporate governance: sono ingredienti fondamentali per il nostro successo e che prestano particolare attenzione alla lotta contro la corruzione, all'integrità e all'indipendenza dei membri del board. Per garantire una gestione corretta e trasparente del business, in linea con i principi e i valori di Coca-Cola Hellenic Bottling Company, abbiamo adottato il Codice di Comportamento negli Affari, il Manuale Anticorruzione e i Principi Guida per i Fornitori, conformi a quelli del Gruppo e un Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001.

### IL 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 2022 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 2022, 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.

### 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.

#### 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.



## 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. 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](http://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.

### 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.

## **Campagna di Comunicazione Interna per promuovere la Cultura e l'Integrità**

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.

### **I Principi Guida per i Fornitori**

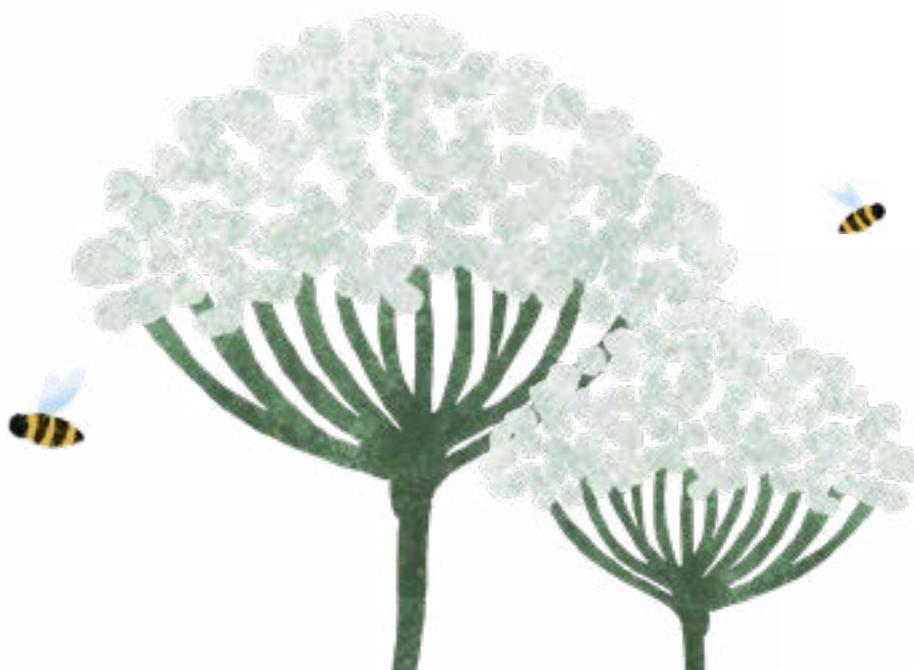
In conformità con le politiche del Gruppo, Coca-Cola HBC Italia adotta i "Principi Guida per i Fornitori" (Supplier Guiding Principles o SGPs) nella selezione dei propri fornitori e nella gestione delle attività di business. Ai fornitori è richiesto di sottoscrivere i Principi Guida e di assicurare la 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.

### **Competition law handbook**

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

### **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.





# Impatti

I temi riportati di seguito riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali più significativi per la nostra azienda in relazione al contesto in cui opera e alla natura della sua organizzazione:

## Cambiamento climatico

- **I principali impatti:** il cambiamento climatico è la principale sfida per tutte le imprese, in particolare per quelle che utilizzano materie prime. I nostri processi produttivi generano un impatto negativo sull'ambiente dovuto all'utilizzo di energia elettrica, combustibili, liquidi refrigeranti e CO<sub>2</sub> per l'attività produttiva, contribuendo al cambiamento climatico mediante il rilascio in atmosfera di emissioni dirette e indirette. Inoltre, l'utilizzo di ulteriori risorse, così come la catena logistica, contribuiscono significativamente al rilascio in atmosfera di altre emissioni indirette di gas serra;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - attuali;
- **I principali presidi e attività:** la ricerca dell'efficienza dei consumi e la riduzione delle emissioni possono portare benefici al business dell'impresa, mitigando gli impatti sull'ambiente. Abbiamo adottato delle Politiche che definiscono un approccio responsabile alla gestione delle risorse e seguiamo la Missione Sostenibilità 2025, frutto delle politiche ambientali del nostro Gruppo Coca-Cola HBC, che indica la direzione da perseguire grazie a specifici obiettivi su diversi livelli. "Net Zero By 40" è il nostro programma con cui ci impegniamo a raggiungere zero emissioni nette lungo l'intera catena del valore entro il 2040. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "Sostenibilità, responsabilità, circolarità: è così che diamo forma a un futuro migliore".

## Governance responsabile

- **I principali impatti:** competere con integrità e rispetto per la società, includere nella propria corporate governance piani anticorruzione, agire secondo una forte cultura etica e in conformità con l'evoluzione normativa, è oggetto di grande attenzione da parte degli stakeholder e ha un impatto rilevante sulla reputazione aziendale. Gli impatti negativi possono scaturire da una condotta non etica (es. corruzione), da eventuali non conformità a leggi, normative e standard a cui la nostra azienda è assoggettata, da un potenziale comportamento anti-competitivo e da adozione di pratiche monopolistiche con impatti diretti sui sistemi economici e indiretti su dipendenti, clienti e fornitori;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - potenziali;
- **I principali presidi e attività:** per garantire una gestione corretta e trasparente del business, in linea con i principi e i valori del Gruppo Coca-Cola HBC, abbiamo adottato il Codice di Comportamento negli Affari, il Manuale Anticorruzione e i Principi Guida per i Fornitori, conformi a quelli del Gruppo. Abbiamo inoltre definito un Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda ai capitoli "La nostra identità: guardiamo lontano per accogliere il cambiamento", "Il sistema di governo" e "Gli strumenti che regolano la condotta aziendale".

## Cittadinanza d'impresa

- **I principali impatti:** il nostro impegno verso i territori in cui operiamo e la partecipazione alla vita di comunità generano valore condiviso e promuovono la crescita delle comunità stesse, con una particolare attenzione allo sviluppo di competenze nei giovani talenti. Contribuire attivamente alle esigenze locali ci permette di creare un contesto fertile in cui operare, attivando al contempo processi di creazione di valore diretti e indiretti sul territorio. Mantenere un dialogo costante con le comunità è inoltre essenziale per prevenire o gestire fenomeni di opposizione locale;
- **La tipologia degli impatti:** positivi - attuali;
- **I principali presidi e attività:** sviluppiamo importanti iniziative per le comunità presso cui operiamo; da oltre 15 anni siamo partner di Banco Alimentare e portiamo avanti con impegno il progetto #YouthEmpowered, con l'obiettivo di accompagnare i giovani tra i 16 e i 30 anni nel passaggio dal mondo della scuola al mercato del lavoro. La presenza della nostra azienda, attraverso i suoi stabilimenti e uffici, genera un impatto economico e occupazionale diretto e indiretto sul territorio. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "Creare valore nelle comunità: è lì che rivolgiamo il nostro sguardo".

### Generazione e condivisione di valore

- **I principali impatti:** nei territori in cui siamo presenti, generiamo e distribuiamo valore economico e sociale tramite l'occupazione creata, i pagamenti verso i fornitori, le imposte e gli investimenti;
- **La tipologia degli impatti:** positivi - attuali;
- **I principali presidi e attività:** adottiamo processi di pianificazione strutturati e sviluppiamo attività di coinvolgimento volte a creare un dialogo stabile e duraturo con tutti i nostri stakeholder.

### Benessere ed engagement dei dipendenti

- **I principali impatti:** generiamo posti di lavoro definendo percorsi di inserimento di giovani risorse in azienda e sviluppando percorsi capaci di garantire ai nostri dipendenti un apprendimento costante, anche attraverso attività di formazione legate ad obiettivi di crescita e valutazione personalizzata. Eventuali impatti negativi collegati al benessere dei nostri dipendenti, così come dei lavoratori che lavorano presso le nostre sedi e siti produttivi, possono derivare dal verificarsi di incidenti sui luoghi di lavoro e/o dall'insorgere di patologie connesse allo svolgimento dell'attività lavorativa (malattie professionali);
- **La tipologia degli impatti:** positivi - attuali, per quanto attiene alla generazione di posti di lavoro, ai percorsi formativi e ai sistemi di valutazione delle performance; negativi - potenziali, per quanto riguarda gli eventuali infortuni sul luogo di lavoro e le malattie professionali;
- **I principali presidi e attività:** abbiamo creato il programma "Rise Management" per attrarre i giovani talenti. Abbiamo portato avanti diversi progetti di formazione e sviluppo e siamo dotati della piattaforma HELO (Hiring, Empowering and Learning Online), che consente di rafforzare le competenze di ognuno grazie ad un approccio diversificato e su misura. Abbiamo sviluppato alcuni strumenti, tra cui il processo di valutazione "Performance for Growth (P4G)" volto a valorizzare il potenziale di tutti i dipendenti per supportare crescita e competitività dell'azienda.

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. Anche nel 2022 sono proseguiti importanti progetti, come "Zero is possible" e il "Behavior-Based Safety", volti a garantire ambienti di lavoro sempre più sicuri e ridurre i numeri degli infortuni. Le relazioni sindacali in corso permettono un confronto ampio anche su aspetti legati alla salute e sicurezza dei lavoratori e il confronto tra le parti è sempre costante. Appliciamo standard e pratiche di gestione orientate alla prevenzione dei rischi per chiunque abbia accesso ai nostri spazi aziendali. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "Crescere insieme: la nostra visione per le nostre persone".





## Diritti umani, inclusione e gestione della diversità

- **I principali impatti:** adottiamo politiche di remunerazione del personale che assicurino equità di trattamento tra uomo e donna e che valorizzino le competenze di tutti i nostri lavoratori. I potenziali impatti negativi sul benessere, sulla soddisfazione e sulla motivazione dei dipendenti sono riconducibili a eventuali comportamenti discriminatori (es. legati al genere, età, etnia, etc.) o altre pratiche non inclusive, verso i quali seguiamo un principio di tolleranza zero. Ulteriori impatti potenzialmente negativi sono riconducibili a un'inefficace gestione delle condizioni di lavoro, anche lungo la propria catena di fornitura, che non garantisce il diritto umano alla libertà dal lavoro forzato e dal lavoro minorile, e a alle violazioni dei diritti umani legate alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva, sia nell'organizzazione che nella catena di fornitura;
- **La tipologia degli impatti:** positivi - attuali, per quanto attiene l'equa remunerazione dei propri lavoratori; negativi - potenziali, per quanto attiene la discriminazione e le pratiche non inclusive sul luogo di lavoro, così come gli aspetti legati a un'inefficace gestione delle condizioni di lavoro e alla violazione dei diritti umani, anche nella catena di fornitura;
- **I principali presidi e attività:** nel corso del 2022 abbiamo ottenuto la certificazione per la parità di genere da parte di IDEM, che riconosce il percorso avviato dall'azienda verso una maggiore valorizzazione dei talenti al femminile. In particolare, abbiamo ottenuto una valutazione pari o vicina a 100 nelle aree: Equità Remunerativa (100/100), Genitorialità e Conciliazione (91/100), Cultura e strategia (90/100). Per quanto riguarda i diritti umani, seguiamo la Policy sui Diritti Umani del Gruppo Coca-Cola HBC, ispirata ai più alti principi contenuti nei documenti internazionali in merito ai diritti dell'uomo. Come strumento integrativo alla Policy, abbiamo definito le procedure che consentono ai dipendenti di segnalare eventuali non conformità rispetto alle leggi, alle practice o alla Policy stessa e di fornire eventuali feedback a riguardo. È inoltre attiva 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. Inoltre, diamo voce alla tutela dei diritti della comunità LGBTQIA+, negli uffici e negli stabilimenti di produzione dell'azienda, collaborando con i Pride di Milano, Napoli, Padova e Torino e sviluppando progetti nelle comunità. Nel 2022 abbiamo organizzato una serie di momenti di formazione e sensibilizzazione interni intitolati "Le nuove frontiere della D&I: pregiudizi inconsapevoli", con l'obiettivo di promuovere un ambiente di lavoro inclusivo e privo di pregiudizi, anche inconsci, sull'orientamento sessuale, sul genere e sulla disabilità. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda ai capitoli "Crescere insieme: la nostra visione per le nostre persone" e "Creare valore nelle comunità: è lì che rivolgiamo il nostro sguardo".

## Marketing e comunicazione responsabile

- **I principali impatti:** il modo in cui comunichiamo, commercializziamo e promuoviamo i nostri prodotti contribuisce a creare nei consumatori una cultura sull'alimentazione e li abilita a fare scelte consapevoli, trasmettendo al contempo i valori aziendali e guidando l'impegno del settore. Eventuali impatti negativi sui clienti e i consumatori finali sono riconducibili all'utilizzo di una comunicazione fuorviante, non completa e poco trasparente, e all'utilizzo di etichette di prodotto con indicazioni errate;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - potenziali;
- **I principali presidi e attività:** per indurre i consumatori a fare scelte consapevoli diamo informazioni nutrizionali chiare e facilmente accessibili sulle confezioni delle bevande. Per semplificare il controllo dell'assunzione di zuccheri proponiamo formati più piccoli e pratici, per consentire a tutti di scegliere la giusta porzione. In linea con il piano "World Without Waste", continuiamo a sostenere progetti educativi legati alla sensibilizzazione dei consumatori sul tema del riciclo e dell'economia circolare. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda ai capitoli "Verso un consumo responsabile" e "Imbottigliamento: le vite del packaging".

## Benessere e nutrizione

- **I principali impatti:** eventuali impatti negativi sono riconducibili ad un eccessivo consumo dei prodotti distribuiti dalla nostra azienda e alla conseguente adozione di abitudini alimentari scorrette e un cattivo stile di vita da parte dei consumatori;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - potenziali;
- **I principali presidi e attività:** l'importanza di un'alimentazione bilanciata e l'impegno nell'offrire ai consumatori prodotti che rispondano all'evoluzione continua dei loro bisogni hanno portato la nostra azienda a sviluppare bevande a ridotto o nullo contenuto calorico in diversi formati per diverse occasioni di consumo. Il sistema Coca-Cola ha supportato il progetto di UNESDA, l'associazione che rappresenta l'industria europea delle bevande, e di ASSOBIBE (Associazione Italiana Industria Bevande Analcoliche), per un'ulteriore riduzione della quantità di zucchero aggiunto all'interno dei prodotti. Per ognuno dei brand, cerchiamo di offrire una o più alternative con zero zuccheri, oltre a rivedere le ricette per diminuirne il quantitativo. Inoltre, 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. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "La nostra identità: guardiamo lontano per accogliere il cambiamento".

## Packaging e gestione dei rifiuti

- **I principali impatti:** l'attenzione alla progettazione, produzione e gestione del packaging, anche dopo il consumo, impatta sulla nostra azienda, sulle comunità e sull'ambiente, in un contesto dove l'utilizzo delle risorse e la gestione dei rifiuti tendono a diventare temi sempre più critici. I nostri processi produttivi generano impatti negativi sull'ambiente e sugli stock naturali dovuti all'utilizzo di risorse e materie prime, così come producono rifiuti, prevalentemente non pericolosi;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - attuali;
- **I principali presidi e attività:** attraverso partnership e investimenti in ricerca e sviluppo promuoviamo l'innovazione del packaging, con l'obiettivo di individuare materiali alternativi, ridurre il peso e volume degli imballaggi e ottimizzare le tecnologie utilizzate negli stabilimenti. L'inaugurazione dello stabilimento di Gaglianico per la produzione di bottiglie in plastica riciclata (rPET) è il manifesto dell'impegno del Gruppo in questo senso. World Without Waste è la nostra visione e allo stesso tempo un percorso che ci vede promuovere un'economia circolare e la valorizzazione del rifiuto attraverso il riciclo. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda ai capitoli "Un percorso che nasce dalla filiera" e "Imbottigliamento: le vite del packaging".

## Qualità del prodotto

- **I principali impatti:** l'integrità del prodotto, ovvero l'insieme di qualità, sicurezza, gusto e design, è un fattore che incide anche su aspetti intangibili come il valore e la percezione del brand. È importante che i prodotti soddisfino le esigenze dei consumatori sotto ogni punto di vista, rispettando tutte le regolamentazioni nazionali e internazionali. Eventuali impatti negativi sono riconducibili a inadeguate caratteristiche di integrità del prodotto, con conseguenze sulla salute dei clienti e l'insorgere di potenziali rischi per la salute e la sicurezza;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - potenziali;
- **I principali presidi e attività:** per garantire la sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti adottiamo un principio di tolleranza zero verso le inadempienze in tema di sicurezza e qualità alimentare lungo tutta la filiera produttiva. Effettuiamo controlli presso i fornitori, negli esercizi pubblici e nei punti vendita che commercializzano i nostri prodotti. La qualità e la sicurezza delle nostre bevande parte da una accurata scelta delle materie prime. Svolgiamo numerose analisi chimico-fisiche e microbiologiche per assicurare la conformità dell'acqua che utilizziamo nelle bevande a diversi parametri specifici. Privilegiamo ingredienti da agricoltura sostenibile e provenienti da zone rurali italiane, con la garanzia di qualità dei rispettivi Consorzi. Il progetto pilota Qualità 4.0 verso la Smart Factory mira a digitalizzare i processi di controllo qualità. I Total Quality Day e la Quality Academy sono le principali iniziative per promuovere formazione e sensibilizzazione interna sulla qualità e sulla sicurezza dei prodotti. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda ai capitoli "Sostenibili dal principio" e "Produzione delle bevande: una questione di innovazione".



## Approvvigionamento sostenibile

- **I principali impatti:** l'approvvigionamento delle materie prime rappresenta una parte significativa delle nostre attività, sia per quanto riguarda l'innovazione di prodotto, tramite la scelta di filiere e materiali sostenibili, sia rispetto ai criteri di selezione dei fornitori, tenendo in considerazione gli impatti economici sul territorio locale, ambientali e sociali collegati alla gestione della supply chain. Gran parte dell'impatto dell'industria alimentare risiede nella catena di fornitura: presidiare la filiera significa scegliere materie prime sostenibili dal punto di vista ambientale e prediligere fornitori locali, in modo da condividere parte del valore generato localmente;
- **La tipologia degli impatti:** positivi - attuali, per quanto attiene all'adozione di pratiche di approvvigionamento che prediligono partner locali; negativi - attuali, per quanto attiene gli impatti negativi su aspetti ambientali e sociali generati dai nostri fornitori di beni e servizi;
- **I principali presidi e attività:** i Principi Guida per i Fornitori (Supplier Guiding Principles) sono lo strumento con cui regoliamo i rapporti con i fornitori. Integrano i principi del rispetto ambientale, sociale, dei diritti umani e delle leggi sul lavoro e favoriscono lo sviluppo congiunto di pratiche sostenibili. Collaboriamo con i fornitori per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> 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" dei contratti di logistica, che prevedono l'utilizzo di veicoli che rispettino lo standard EURO IV. Con la piattaforma ECOVADIS gestiamo i fornitori critici dal punto di vista delle performance ambientali, mentre con la piattaforma di Gruppo Exiger presidiamo la due diligence in ambito anticorruzione. Negli 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 ulteriori approfondimenti, si rimanda ai capitoli "Sostenibili dal principio" e "Gli strumenti che regolano la condotta aziendale".

## Gestione responsabile dell'acqua

- **I principali impatti:** l'acqua è il nostro ingrediente primario. L'industria alimentare e delle bevande è responsabile di un importante impatto sui bacini idrici, specialmente nelle zone a rischio idrico. Le nostre attività generano un impatto negativo dovuto all'utilizzo di acqua per alimentare i processi produttivi con ripercussioni sulla disponibilità della risorsa idrica nei territori in cui operiamo;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - attuali;
- **I principali presidi e attività:** la Policy "Il nostro approccio alla tutela delle acque" detta gli indirizzi per una gestione responsabile della risorsa idrica e ci guida nel limitare il nostro impatto sui bacini idrografici e nel ridurre il consumo d'acqua per litro di bevanda prodotta per migliorare ulteriormente l'efficienza dei processi, tutelare i bacini idrici che ci forniscono la materia prima per le nostre bevande. Ogni sito produttivo è sottoposto a valutazioni sul rischio idrico e piani di protezione delle fonti d'acqua, in modo da garantire il presidio su un utilizzo sostenibile delle risorse idriche e sulla tutela degli ecosistemi. Inoltre, a partire dal 2021 abbiamo aderito allo standard di certificazione volontaria Alliance for Water Stewardship (AWS) conferendo il livello Gold di implementazione in tutti gli stabilimenti. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "Sostenibilità, responsabilità, circolarità: è così che diamo forma a un futuro migliore".



## Innovazione

- **I principali impatti:** l'innovazione è uno degli strumenti chiave per il mantenimento e la crescita della competitività delle imprese. Innovare significa migliorare i processi produttivi in modo tale da ridurre i costi e contemporaneamente migliorare la qualità e l'efficienza complessiva. L'innovazione per noi riguarda lo sviluppo di prodotti e di servizi che interessano il consumo e la distribuzione, ma anche il packaging, attraverso soluzioni che tendono a ridurre l'impatto del prodotto finito sull'ambiente. Siamo leader di settore, e questo ci consente di essere pionieri di innovazione con ricadute positive sul comparto e sulla filiera;
- **La tipologia degli impatti:** positivi - attuali;
- **I principali presidi e attività:** in linea con gli indirizzi della nostra politica energetica, abbiamo investito in nuovi macchinari e linee di produzione tecnologicamente avanzate, in grado di garantire risparmi energetici, idrici, di aria compressa e di emissioni di CO<sub>2</sub>, sostituito le macchine di vecchia generazione con nuove tecnologie per ridurre i consumi energetici e investito per introdurre macchine più performanti o che necessitano di minore energia termica. Nel sito produttivo di Oricola sono stati investiti oltre 20 milioni di euro per creare una nuova linea di produzione di lattine. L'innovazione riguarda anche il packaging, con i tethered caps e KeelClip™, soluzioni che permettono di ridurre il materiale utilizzato e ne favoriscono il riciclo. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "Produzione delle bevande: una questione di innovazione" e "Imbottigliamento, le vite del packaging".

## Tutela della biodiversità

- **I principali impatti:** il rispetto degli ecosistemi è fondamentale per preservare la biodiversità. Le pressioni antropiche sull'ambiente come l'uso intensivo del suolo, l'inquinamento e lo sfruttamento eccessivo delle risorse, stanno mettendo in crisi l'equilibrio degli ecosistemi. Le attività industriali, in particolare, rischiano di compromettere il loro corretto funzionamento e, di conseguenza, la loro capacità di contribuire al benessere della vita sulla terra. La perdita della biodiversità è una minaccia diretta anche per le attività economiche;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - attuali;
- **I principali presidi e attività:** per contribuire come azienda alla salvaguardia della biodiversità italiana, abbiamo adottato 6 alveari nelle regioni in cui sono presenti i nostri stabilimenti di produzione e la sede centrale; questo ci permetterà di proteggere 1,8 milioni di api e di contribuire all'impollinazione di circa 300 mila fiori ad alveare. Nel 2022, nello stabilimento di Nogara, abbiamo condotto una valutazione per verificare il grado di biodiversità all'interno dello stabilimento, nell'area attorno al sito e nel bacino idrico di riferimento. Inoltre, il nostro tè FuzeTea è prodotto secondo gli standard di coltivazione sostenibile concordati dall'associazione no-profit Rainforest Alliance, tra cui la tutela della biodiversità. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "Sostenibilità, responsabilità, circolarità: è così che diamo forma a un futuro migliore".

## Contrasto alla perdita e allo spreco alimentare

- **I principali impatti:** secondo le stime dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura, un terzo di tutto il cibo prodotto nel mondo va perso o sprecato, causando inefficienze nei sistemi alimentari globali che provocano un rilevante impatto dal punto di vista sociale, ambientale ed economico. Eventuali impatti negativi sono riconducibili alla generazione di eccedenze della nostra produzione con la conseguente creazione di sprechi alimentari;
- **La tipologia degli impatti:** negativi - potenziali;
- **I principali presidi e attività:** in linea con la nostra strategia per la riduzione dello spreco alimentare, collaboriamo con una fitta rete di partner territoriali a cui doniamo le eccedenze della produzione in modo da evitare lo spreco di prodotti. In tal senso, anche nel 2022 è proseguito il nostro impegno a fianco di Fondazione Banco Alimentare Onlus. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "Creare valore nelle comunità: è lì che rivolgiamo il nostro sguardo".



## Correlazione dei Temi Materiali con gli Standard GRI e coinvolgimento negli Impatti

TEMA MATERIALE	ASPETTO DEL GRI	COINVOLGIMENTO DI CCHBCIE FONTI DEL VULTURE NEGLI IMPATTI
Cambiamento climatico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 305: Emissioni (2016)</li> <li>• GRI 302: Energia (2016)</li> </ul>	Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
Governance responsabile	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 205: Anticorruzione (2016)</li> <li>• GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016)</li> </ul>	Causato
Cittadinanza d'impresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 203: Impatti economici indiretti (2016)</li> <li>• GRI 413: Comunità locali (2016)</li> </ul>	Causato e a cui contribuiscono
Generazione e condivisione di valore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 201: Performance economica (2016)</li> </ul>	Causato
Benessere ed engagement dei dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 401: Occupazione (2016)</li> <li>• GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (2016)</li> <li>• GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)</li> <li>• GRI 404: Formazione e istruzione (2016)</li> </ul>	Causato
Diritti umani, inclusione e gestione della diversità	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)</li> <li>• GRI 406: Non discriminazione (2016)</li> <li>• GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (2016)</li> <li>• GRI 408: Lavoro minorile (2016)</li> <li>• GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio (2016)</li> </ul>	Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
Marketing e comunicazione responsabile	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)</li> </ul>	Causato e a cui contribuiscono
Benessere e nutrizione	• /	Causato e a cui contribuiscono
Packaging e gestione dei rifiuti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 301: Materiali (2016)</li> <li>• GRI 306: Rifiuti (2020)</li> </ul>	Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
Qualità del prodotto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)</li> </ul>	Causato e a cui contribuiscono
Approvvigionamento sostenibile	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016)</li> <li>• GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)</li> <li>• GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)</li> </ul>	A cui contribuiscono e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
Gestione responsabile dell'acqua	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 303: Acqua e scarichi idrici (2018)</li> </ul>	Causato
Innovazione	• /	Causato e a cui contribuiscono
Tutela della biodiversità	• /	Causato
Contrasto alla perdita e allo spreco alimentare	• /	A cui contribuiscono e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali

## Dati analitici

DATI AMBIENTALI		2022	2021	2020
<b>PRODUZIONE</b>				
Litri totali di bevande prodotti	lpb	1.454.534.448	1.357.780.000	1.231.176.474
<b>MATERIALI</b>				
<b>301-1 Materiali utilizzati suddivisi per peso o volume</b>				
Zuccheri e altri dolcificanti	t	95.108	86.981	79.214
Concentrato	t	4.229	2.717	2.688
Concentrato di succo	t	3.568	3.196	3.075
CO <sub>2</sub> alimentare	t	15.130	13.869	12.429
Plastica di origine vegetale (bottiglie)	t	7.493	4.390	1.223
Etichette di cartone	t	411	395	353
Cartone	t	11.417	7.265	3.081
Legno (bancali)	t	9.991	7.502	7.374
<b>Totale materiali rinnovabili</b>	<b>t</b>	<b>146.701</b>	<b>126.315</b>	<b>109.437</b>
Azoto	t	2.412	1.995	1.876
PET (bottiglie)	t	19.798	21.674	23.870
Tappi di plastica	t	2.372	2.485	2.053
Tappi a corona (metallo)	t	-	-	-
Imballi secondari di plastica	t	5.121	5.164	5.258
Vetro (bottiglie)	t	44.116	34.592	26.661
Alluminio (lattine)	t	8.950	9.156	8.574
<b>Totale materiali non rinnovabili</b>	<b>t</b>	<b>82.768</b>	<b>75.066</b>	<b>68.293</b>
<b>Totale materiali</b>	<b>t</b>	<b>229.469</b>	<b>201.381</b>	<b>177.730</b>
<b>ENERGIA</b>				
<b>302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione</b>				
<b>Combustibile non rinnovabile</b>				
Olio di riscaldamento leggero	MJ	67.860	72.540	75.270
Gas naturale	MJ	188.033.609	177.369.795	173.663.692
GPL	MJ	30.024	30.024	48.038
Carburante per flotta aziendale da fonti non rinnovabili	MJ	76.132.747	53.224.586	56.475.932
<b>Totale combustibile non rinnovabile</b>	<b>MJ</b>	<b>264.264.894</b>	<b>230.696.945</b>	<b>230.262.932</b>
<b>Combustibile rinnovabile</b>				
Energia biogenica prodotta	MJ	-	-	-
Elettricità rinnovabile venduta (biogenica)	MJ	-	-	-
<b>Totale combustibile rinnovabile</b>	<b>MJ</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



<b>Energia elettrica negli stabilimenti</b>				
Energia elettrica rinnovabile (acquistata dalla rete e certificata GO)	MJ	64.749.360	61.414.284	54.142.833
Energia elettrica non rinnovabile (da CHP non di proprietà)	MJ	171.403.704	164.773.314	163.276.488
<b>Consumo totale di energia elettrica negli stabilimenti</b>	<b>MJ</b>	<b>236.153.064</b>	<b>226.187.598</b>	<b>217.419.321</b>
<b>Riscaldamento</b>	<b>MJ</b>	<b>8.437.525</b>	<b>9.130.799</b>	<b>6.910.002</b>
<b>Raffreddamento</b>	<b>MJ</b>	<b>12.045.533</b>	<b>11.247.123</b>	<b>12.808.216</b>
<b>Vapore</b>	<b>MJ</b>	<b>44.047.274</b>	<b>53.428.694</b>	<b>43.849.361</b>
<b>Consumo totale di energia all'interno dell'organizzazione</b>	<b>MJ</b>	<b>564.947.637</b>	<b>530.691.158</b>	<b>511.249.832</b>
di cui da fonti non rinnovabili	MJ	500.198.277	469.276.874	457.106.999
di cui da fonti rinnovabili	MJ	64.749.360	61.414.284	54.142.833
<b>302-3 Intensità energetica</b>	<b>MJ/lbp</b>	<b>0,320</b>	<b>0,334</b>	<b>0,349</b>
<b>ACQUA</b>				
<b>303-3 Acqua totale prelevata per fonte</b>				
Acquedotti	MI	208	211	207
Acque sotterranee (pozzo, sorgenti)	MI	2.367	2.205	2.037
<b>Totale prelievi idrici</b>	<b>MI</b>	<b>2.576</b>	<b>2.416</b>	<b>2.244</b>
<b>Acqua totale prelevata da aree sottoposte a stress idrico per fonte</b>				
Acquedotti	MI	-	-	-
Acque sotterranee (pozzo, sorgenti)	MI	543	549	513
<b>Totale prelievi idrici da aree sottoposte a stress idrico</b>	<b>MI</b>	<b>543</b>	<b>549</b>	<b>513</b>
<b>EMISSIONI</b>		2022	2021	2020
<b>305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)</b>				
da combustibile non rinnovabile	tCO <sub>2</sub>	14.708	12.690	12.767
di cui carburante per flotta di proprietà	tCO <sub>2</sub>	5.314	3.831	4.067
da CDE - liquidi refrigeranti frigovertrine	tCO <sub>2</sub>	180	250	289
da perdite (durante la produzione)	tCO <sub>2</sub>	7.023	6.265	5.934
<b>Totale emissioni dirette di GHG (Scope 1)</b>	<b>tCO<sub>2</sub></b>	<b>21.911</b>	<b>19.206</b>	<b>18.990</b>
<b>305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)</b>				
da energia elettrica utilizzata negli stabilimenti (Scope 2 - Location Based)	tCO <sub>2</sub>	10.544	10.917	11.148
da energia elettrica utilizzata negli stabilimenti (Scope 2 - Market Based)	tCO <sub>2</sub>	5.833	6.092	6.291
da altre fonti energetiche (riscaldamento, raffreddamento, vapore)	tCO <sub>2</sub>	5.770	6.695	6.109

	<b>Totale emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2 - Location Based)</b>	tCO <sub>2</sub>	<b>16.325</b>	<b>17.612</b>	<b>17.257</b>
	<b>Totale emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2 - Market Based)</b>	tCO <sub>2</sub>	<b>11.604</b>	<b>12.787</b>	<b>12.400</b>
	<b>Totale emissioni (Scope 1 e Scope 2 - Location Based)</b>	tCO <sub>2</sub>	<b>38.236</b>	<b>36.817</b>	<b>36.247</b>
	<b>Totale emissioni (Scope 1 e Scope 2 - Market Based)</b>	tCO <sub>2</sub>	<b>33.515</b>	<b>31.992</b>	<b>31.390</b>
<b>305-3</b>	<b>Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)</b>				
	da energia elettrica per frigosettrine	tCO <sub>2</sub>	45.476	55.104	67.498
	da packaging	tCO <sub>2</sub>	160.274	155.564	152.828
	da zuccheri e dolcificanti	tCO <sub>2</sub>	91.637	78.142	71.525
	da camion per distribuzione e trasporto (non di proprietà)	tCO <sub>2</sub>	15.507	14.656	11.809
	da CO <sub>2</sub> nel prodotto	tCO <sub>2</sub>	8.107	7.604	7.047
	da energia termica di siti remoti	tCO <sub>2</sub>	115	113	85
	<b>Totale altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)</b>	tCO <sub>2</sub>	<b>321.116</b>	<b>311.183</b>	<b>310.792</b>
	<b>Intensità emissiva</b>				
<b>305-4</b>	<b>Intensità emissiva (Scope 1, Scope 2 - Market Based e Scope 3)</b>	gCO <sub>2</sub> /lbp	<b>243,8</b>	<b>252,7</b>	<b>277,7</b>
	<b>RIFIUTI</b>				
<b>306-3;</b>	<b>Totale rifiuti prodotti</b>	t	<b>13.814</b>	<b>14.378</b>	<b>13.302</b>
<b>306-4;</b>	<b>Totale rifiuti non pericolosi prodotti</b>	t	<b>13.777</b>	<b>14.337</b>	<b>13.273</b>
<b>306-5</b>	<i>di cui trattati in loco</i>	t	-	-	N/D
	<i>di cui trattati presso sito esterno</i>	t	<b>13.777</b>	<b>14.337</b>	N/D
	Riciclati	t	11.009	11.593	11.312
	Avviati ad incenerimento senza recupero di energia	t	-	-	-
	Avviati ad incenerimento con recupero di energia	t	-	-	-
	Avviati a compostaggio	t	2.764	2.740	1.948
	Smaltiti in discarica	t	4	4	13
	<b>Totale rifiuti pericolosi prodotti</b>	t	<b>37</b>	<b>41</b>	<b>29</b>
	di cui trattati in loco	t	-	-	-
	di cui trattati presso sito esterno	t	37	41	-
	Riciclati	t	32	19	26
	Avviati ad incenerimento senza recupero di energia	t	1	-	-
	Avviati ad incenerimento con recupero di energia	t	-	-	-
	Avviati a compostaggio	t	-	-	-
	Smaltiti in discarica	t	4	22	3



<b>DATI SUL PERSONALE</b>			<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>2-7</b>	<b>Numero totale dei dipendenti</b>	n.	<b>1.900</b>	<b>1.862</b>	<b>1.874</b>
	Uomini	n.	1.312	1.319	1.336
	Donne	n.	588	543	538
	<b>Dipendenti con contratto a tempo indeterminato</b>				
	Uomini	n.	1.311	1.317	1.335
	Donne	n.	585	542	535
	Totale	n.	1.896	1.859	1.870
	<b>Dipendenti con contratto a tempo determinato</b>				
	Uomini	n.	1	2	1
	Donne	n.	3	1	3
	Totale	n.	4	3	4
	<b>Dipendenti a ore non garantite</b>				
	Uomini	n.	0	0	n.d.
	Donne	n.	0	0	n.d.
	Totale	n.	0	0	n.d.
	<b>Dipendenti a tempo pieno</b>				
	Uomini	n.	1.311	1.318	1.335
	Donne	n.	562	512	506
	Totale	n.	1.873	1.830	1.841
	<b>Dipendenti a tempo parziale</b>				
	Uomini	n.	1	1	1
	Donne	n.	26	31	32
	Totale	n.	27	32	33
<b>2-8</b>	<b>Lavoratori non dipendenti</b>				
	Numero totale di lavoratori somministrati, lavoratori di ditte residenti, lavoratori della logistica e manutentori	n.	448	n.d.	n.d.
<b>OCCUPAZIONE</b>					
<b>401-1</b>	<b>Nuove assunzioni e turnover</b>				
	<b>Nuovi ingressi per genere e per fasce di età</b>				
	Uomini	n.	122	68	40
	Donne	n.	109	39	33
	Under 30	n.	164	49	49
	Tra 30 e 50	n.	66	43	21
	Over 50	n.	1	15	3
	Totale	n.	231	107	73

<b>Cessazioni per genere e fasce di età</b>				
Uomini	n.	83	67	39
Donne	n.	43	27	13
Under 30	n.	57	15	15
Tra 30 e 50	n.	56	62	25
Over 50	n.	13	17	12
Totale	n.	126	94	52
<b>Turnover dei dipendenti: tasso di assunzione</b>				
Uomini	%	9,3	5,2	3,1
Donne	%	18,5	7,2	6,2
Under 30	%	74,2	33,1	35,8
Tra 30 e 50	%	5,9	3,7	1,4
Over 50	%	0,2	2,7	0,6
Totale	%	12,2	5,8	4,0
<b>Turnover dei dipendenti: tasso di cessazione</b>				
Uomini	%	6,3	5,1	2,9
Donne	%	7,3	5,0	2,4
Under 30	%	25,7	10,1	7,9
Tra 30 e 50	%	5,0	5,3	2,1
Over 50	%	2,3	3,1	2,9
Totale	%	6,6	5,1	2,8
<b>401-3 Congedo parentale</b>				
<b>Dipendenti che hanno diritto a congedi parentali</b>				
Uomini	n.	1.312	1.319	1.336
Donne	n.	588	543	538
Totale	n.	1.900	1.862	1.874
<b>Dipendenti che hanno usufruito di congedi parentali</b>				
Uomini	n.	29	47	26
Donne	n.	24	25	28
Totale	n.	53	72	54
<b>Dipendenti che sono rientrati al lavoro al termine del congedo parentale</b>				
Uomini	n.	27	43	25
Donne	n.	14	17	16
Totale	n.	41	60	41



<b>Dipendenti rientrati al lavoro al termine del congedo parentale che nei 12 mesi successivi sono ancora dipendenti dell'organizzazione</b>				
Uomini	n.	35	25	46
Donne	n.	10	15	23
Totale	n.	45	40	69
<b>Tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito di congedi parentali</b>				
Uomini	%	93	91	96
Donne	%	58	68	57
Totale	%	77	83	76
<b>Tasso di retention</b>				
Uomini	%	81	96	98
Donne	%	59	54	72
Totale	%	75	74	87
<b>SALUTE E SICUREZZA - DIPENDENTI</b>				
<b>403-9 Infortuni sul lavoro</b>				
Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	n.	-	-	-
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	n.	-	-	1
Numero di infortuni sul lavoro registrabili	n.	15	11	16
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro		-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)		-	-	0,4
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	n.	4,8	3,6	5,6
Principali tipologie di infortuni sul lavoro	n.	5 infortuni per cadute/inciampi/scivolamenti 2 infortuni per contatto con macchinari/attrezzature 2 infortuni per incidenti stradali subiti alla guida dell'auto 2 infortuni per movimentazione manuale dei carichi 2 infortuni per urto con mezzo in movimento 1 infortunio per colpito da oggetti in caduta 1 infortunio per contatto con frammenti in vetro taglienti	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
Ore lavorate	n.	3.152.672	3.058.318	2.849.792

<b>SALUTE E SICUREZZA - LAVORATORI ESTERNI</b>				
<b>Infortunati sul lavoro</b>				
Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	n.	- <sup>14</sup>	-	-
Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	n.	-	-	1
Numero di infortuni sul lavoro registrabili	n.	17	9	14
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro		-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)		-	-	1,1
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili		20,5	9,9	14,7
Principali tipologie di infortuni sul lavoro		7 infortuni per urto contro macchinari/elementi strutturali fissi 4 infortuni per cadute/inciampi/scivolamenti 2 infortuni per contatto con oggetti taglienti 2 infortuni per caduta oggetti 1 infortunio per contatto con acqua bollente 1 infortunio per movimentazione manuale dei carichi	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
Ore lavorate	n.	828.430	909.330	954.370
<b>MALATTIE PROFESSIONALI DIPENDENTI</b>				
<b>403-10 Malattie professionali</b>				
Numero di decessi derivanti da malattie professionali	n.	-	-	-
Numero di casi di malattie professionali registrabili	n.	-	2	-
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	

<sup>14</sup> Presso lo stabilimento di Marcanise, un lavoratore in servizio presso un fornitore della Società (azienda di autotrasporti) è deceduto in ospedale dopo aver perso i sensi nell'area esterna al magazzino tra le ribalte di carico dove era presente anche un altro automezzo. Le cause del suddetto evento non sono ancora note alla Società ed allo stato attuale non è possibile ricondurle ad un eventuale incidente. L'autorità competente, accorsa sul posto, ha svolto gli opportuni approfondimenti e alla data di pubblicazione del presente documento la Società non risulta iscritta tra gli indagati.



## FORMAZIONE

### 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente

Totale	n.	24,8	31,9	26,9
--------	----	------	------	------

### 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente per genere

Uomini	n.	22,5	32,2	26,6
Donne	n.	29,9	31,3	27,6

### 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente per categoria professionale

Dirigenti	n.	20,8	30,9	12,7
Quadri	n.	25,8	34,8	21,8
Impiegati	n.	31,1	37,6	26,7
Operai	n.	3,5	12,9	5,1
Espatriati	n.	12,3	28,0	1,8

### 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale

Totale	%	76	76	74
--------	---	----	----	----

### 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale per genere

Uomini	%	73	72	71
Donne	%	83	86	81

### Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale per categoria professionale

Dirigenti	%	100	93	96
Quadri	%	100	95	96
Impiegati	%	93	93	90
Operai	%	9	9	8
Espatriati	%	100	100	100

## DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

### 405-1 Diversità negli organi di governo e dipendenti

#### Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per genere CCHBCI

Uomini	%	75	75	75
Donne	%	25	25	25

#### 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	50
Over 50	%	50	50	50

<b>Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per genere FdV</b>				
Uomini	%	100	100	100
Donne	%	0	0	0
<b>Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per fasce di età FdV</b>				
Under 30	%	0	0	0
Tra 30 e 50	%	75	75	75
Over 50	%	25	25	25
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Dirigenti</b>				
Uomini	%	59	68	67
Donne	%	41	32	33
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Quadri</b>				
Uomini	%	63	67	66
Donne	%	37	33	34
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Impiegati</b>				
Uomini	%	64	66	67
Donne	%	36	34	33
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Operai</b>				
Uomini	%	89	89	90
Donne	%	11	11	10
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Espatriati</b>				
Uomini	%	67	67	50
Donne	%	33	33	50
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Dirigenti</b>				
Under 30	%	0	0	0
Tra 30 e 50	%	69	65	72
Over 50	%	31	35	28
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Quadri</b>				
Under 30	%	0	0	2
Tra 30 e 50	%	77	78	77
Over 50	%	23	22	21



<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Impiegati</b>				
Under 30	%	16	10	10
Tra 30 e 50	%	58	64	65
Over 50	%	26	26	25
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Operai</b>				
Under 30	%	4	5	6
Tra 30 e 50	%	53	53	53
Over 50	%	43	42	41
<b>Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Espatriati</b>				
Under 30	%	0	0	0
Tra 30 e 50	%	33	33	50
Over 50	%	67	67	50
<b>405-2</b>	<b>Rapporto tra la retribuzione variabile delle donne e degli uomini per categoria professionale</b>			
Dirigenti	n.	90,17	86,28	88,40
Quadri	n.	98,71	98,51	96,76
Impiegati	n.	97,51	96,60	96,39
Operai	n.	89,20	91,03	89,21
Espatriati	n.	N/D	N/D	N/D
<b>Rapporto tra la retribuzione base delle donne e degli uomini per categoria professionale</b>				
Dirigenti	n.	86,72	88,52	90,61
Quadri	n.	99,15	99,15	97,22
Impiegati	n.	95,35	98,63	98,29
Operai	n.	89,86	90,30	88,43
Espatriati	n.	N/D	N/D	N/D

## Indice dei contenuti GRI

### DICHIARAZIONE D'USO

Coca-Cola HBC Italia ha presentato una rendicontazione in conformità agli standard GRI per il periodo che intercorre dal 1° gennaio al 31 dicembre 2022

### UTILIZZATO GRI 1

GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021

### STANDARD DI SETTORE GRI PERTINENTI

N/A

GRI STANDARD / ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			N. DIRIF. STANDARD DI SETTORE GRI
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione	
<b>INFORMATIVE GENERALI</b>						
GRI 2 - INFORMATIVA GENERALE - versione 2021	2-1 Dettagli organizzativi	Pag. 10-11 Coca-Cola HBC Italia S.r.l. La sede centrale è situata a Sesto San Giovanni (MI), Piazza Indro Montanelli, n.30. Coca-Cola HBC Italia opera sul territorio italiano. 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).				
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Pag. 10, 94 Nota metodologica				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Il report fa riferimento all'esercizio 2022, per il periodo che intercorre dal 1° gennaio al 31 dicembre 2022. Il documento di rendicontazione viene pubblicato annualmente. Per approfondimenti e chiarimenti su quanto rendicontato si rinvia a <a href="http://it.coca-colahellenic.com/it/contattaci/">http://it.coca-colahellenic.com/it/contattaci/</a> nella sezione Corporate Responsibility.				
	2-4 Revisione delle informazioni	Non si segnalano riesposizioni relative al periodo precedente (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2021). 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.				
	2-5 Assurance esterna	Pag. 133-135				



	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Pag. 10-15, 17-23, 39 Si segnala che nessuno dei prodotti di Coca-Cola HBC Italia 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.				
	2-7 Dipendenti	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Le numeriche relative ai dipendenti sono rendicontate come numero di teste al 31/12. Per quanto riguarda la distribuzione per regione geografica, si segnala che il 100% della forza lavoro è impiegata sul territorio italiano.				
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Le numeriche relative ai lavoratori non dipendenti sono rendicontate come numero di teste al 31/12 e includono le seguenti categorie: somministrati, ditte residenti, lavoratori della logistica e manutentori.				
	2-9 Struttura e composizione della governance	Pag. 95 Il CdA di Coca Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture sono composti dal Presidente e da tre Consiglieri. In Coca-Cola HBC Italia uno dei tre Consiglieri è un membro non esecutivo, mentre in Fonti del Vulture tutti i membri sono esecutivi. Non ci sono membri del CdA di Coca-Cola HBC Italia o di Fonti del Vulture che sono indipendenti. Il CdA di Coca-Cola HBC Italia è composto al 75% da membri di genere maschile. Il CdA di Fonti del Vulture è composto al 100% da membri di genere maschile. Per quanto riguarda i team presenti in azienda, si segnala il Senior Leadership Team (SLT), composto dai direttori di funzione e presieduto dal General Manager. Circa l'80% dei membri è di genere maschile.				
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	I membri del CdA di CCHBCI e di FdV sono scelti a discrezione della maggioranza dei soci (CC Beverages Holding Il B.V. per CCHBCI; Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e Società Italiana Bevande in Lattina - Sibil S.r.l. per FdV), sulla base di criteri di onorabilità e professionalità. La procedura per la selezione non è formalizzata in una sessione che prevede l'esercizio di un diritto di voto.				

	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Pag. 95 Il presidente del più alto organo di governo di Coca-Cola HBC Italia e di FdV è rappresentato dalla stessa persona e non è attualmente dirigente di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti di Vulture in quanto non assunto da nessuna delle suddette società. È comunque un executive assunto da un'altra delle società di Coca-Cola HBC fuori dall'Italia (in Austria).				
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Pag. 28-31, 95, 98-103 Le decisioni che hanno impatti di carattere economico, ambientale e sociale sono prese dal Senior Leadership Team e dal CdA per le rispettive aree di competenza sulla base degli indirizzi, obiettivi e politiche promosse dalla Capogruppo. Il CdA prende atto dei temi materiali definiti a livello di corporate e ne valuta la rilevanza a livello locale, in particolare per quanto riguarda temi e impatti che rappresentano potenziali rischi. Il processo di gestione del rischio segue le linee guida del Gruppo. Il Senior Leadership Team è responsabile in ultima analisi del sistema di gestione del rischio.				
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	La gestione degli impatti viene affidata al management aziendale secondo le proprie attribuzioni attraverso un sistema di deleghe. La gestione degli impatti dell'organizzazione viene affrontata mensilmente in occasione dei meeting del Senior Leadership Team a cui partecipa il General Manager. In questa sede, i rischi rivisti mensilmente dalle singole funzioni vengono discussi in modo collegiale in una sezione dedicata.				
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Pag. 94 Il CdA prende visione del Report di Sostenibilità ma non è direttamente responsabile dell'approvazione del documento. La Direzione Corporate Affairs & Sustainability è incaricato dal CdA di aggiornare, predisporre e approvare il Report di Sostenibilità, secondo un processo che vede il coinvolgimento e la partecipazione delle diverse aree e funzioni.				
	2-15 Conflitti d'interesse	Pag. 95-97 In base al Codice di Comportamento adottato dalla Società, tutti i dipendenti devono comunicare alla Società tramite l'apposito portale COBC tutti gli eventuali conflitti di interesse. Di conseguenza, la Società prende gli opportuni provvedimenti per assicurare che il dipendente non si trovi in un conflitto di interesse (es: eventuali rapporti di parentela per riporti diretti o indiretti).				



	<p>2-16 Comunicazione delle criticità</p>	<p>Le modalità di comunicazione dei fattori critici al CdA sono di due tipi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. In caso di crisi viene attivato un Incident Management &amp; Crisis Resolution (IMCR), un programma globale finalizzato a creare e mantenere una struttura efficiente per la prevenzione e la gestione degli incidenti all'interno dell'intero Sistema Coca-Cola.</li> <li>2. In caso di rischi identificati secondo i criteri dell'Enterprise Risk Management Framework, questi vengono intercettati dalle varie funzioni e portati all'attenzione del Risk Manager direttamente o durante le revisioni che vengono fatte regolarmente ogni mese e hanno come focus l'aggiornamento dei rischi già rilevati all'interno del Risk Register e l'apertura e messa in evidenza di eventuali nuove situazioni che si profilano per il futuro.</li> </ol> <p>Tutti i rischi rivisti mensilmente dalle singole funzioni vengono discussi in modo collegiale durante la riunione mensile del Senior Leadership Team in una sezione dedicata. Durante la discussione vengono commentati i rischi da chiudere, quelli eventualmente da aprire e quelli da rettificare o confermare. Nel 2022 sono stati aperti e risolti 4 IMCR legati a problematiche a basso impatto sulla reputazione di Coca-Cola HBC Italia. Per quanto riguarda il Risk Register, all'ultima Review del 2022 (avvenuta a Gennaio 2023) erano presenti nel registro 40 Rischi di cui 13 già chiusi e 27 aperti.</p>				
	<p>2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo</p>	<p>"Let's Talk About Sustainability" è l'iniziativa aperta a tutta la popolazione aziendale, che coinvolge anche il Senior Leadership Team e il CdA. Il Senior Leadership Team e i membri del CdA inoltre partecipano annualmente alla Leadership Conference di Gruppo per ricevere aggiornamenti sullo sviluppo sostenibile dell'azienda e condividere i principali progetti di sostenibilità e per le comunità sviluppati da ciascun paese.</p>				
	<p>2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo</p>	<p>I membri del CdA, in quanto dipendenti di una società del Gruppo Hellenic sono sottoposti al sistema di valutazione delle performance "P4G" che si applica a tutta la popolazione aziendale. L'operato del CdA è inoltre sottoposto alla valutazione degli altri organi sociali.</p>				

	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	<p>Il pacchetto di total reward dei dirigenti di alto livello si compone di una parte fissa, una parte variabile (che include sia incentivi di breve che di lungo termine/triennale) nonché una parte di benefit.</p> <p>In caso di dimissioni viene erogato quanto dovuto al dirigente nell'ambito delle competenze di fine rapporto (ferie non godute, TFR, etc). Viene anche applicato il periodo di preavviso come da Contratto Collettivo Nazionale (CCNL) di riferimento salvo diversi accordi. Non sono previsti meccanismi di clawback.</p> <p>È prevista la partecipazione ad un fondo pensionistico su base volontaria chiamato PREVIP che prevede in base all'attitudine al rischio del soggetto la possibilità di investire il proprio TFR in aggiunta ad una percentuale a scelta del dipendente, che la società riconosce in misura simmetrica fino al 4%.</p> <p>Nel piano triennale "Long Term Incentive Plan", un programma dedicato ai dirigenti di alto livello al fine di fornire incentivi finalizzati al conseguimento degli obiettivi strategici identificati dal Gruppo Coca-Cola HBC, sono previsti anche degli obiettivi di sostenibilità dell'organizzazione.</p>				
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	<p>Il processo di elaborazione di determinazione delle politiche retributive parte dalla pesatura delle posizioni che viene effettuata attraverso una valutazione ponderata mediante l'utilizzo di sistemi di valutazione interni del Gruppo Coca-Cola HBC che attribuiscono un Grado alla posizione. Al Grado, vengono successivamente associati dei Salary Range (retribuzione minima, mediana e massima come da benchmark con il mercato di riferimento) similmente anche la definizione dei benefit così come degli incentivi variabili tengono conto del Grade.</p> <p>Ogni proposta viene definita considerando le competenze iniziali del candidato, oltre alla sua storia e tiene conto di tutti quegli elementi necessari per garantire equità interna.</p>				
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale		2-21 a. 2-21 b. 2-21 c.	Vincoli di riservatezza	L'informativa 2-21 non è stata rendicontata per ragioni di riservatezza. Coca-Cola HBC Italia non dispone di una disclosure pubblica relativa alla remunerazione e non è soggetta ad alcun obbligo normativo.	



	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Pag. 4-5				
	2-23 Impegno in termini di policy	Pag. 24, 35-36, 38, 39, 41, 72, 74				
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Pag. 24, 35-36, 38, 39, 41, 72, 74				
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Pag. 19-31, 34, 98-103				
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Pag. 95, 97				
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso del periodo di reporting, non si sono registrati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti, così come non sono state pagate sanzioni per i suddetti casi.				
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Pag. 17, 23, 74-75				
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 26				
	2-30 Contratti collettivi	Il 100% dei dipendenti è coperto da accordi di contrattazione collettiva.				
<b>TEMI MATERIALI</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Pag. 26-27, 98-103				
	3-2 Elenco dei temi materiali	Pag. 27				
<b>GENERAZIONE E CONDIVISIONE DI VALORE</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 16, 27, 98-104				
GRI 201: Performance economiche (versione 2016)	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito		201-1 a. 201-1 b.	Vincoli di riservatezza.	Le informazioni di carattere finanziario, per vincoli di riservatezza definiti da Gruppo Coca-Cola HBC, non vengono rendicontate a livello locale.	

<b>CITTADINANZA D'IMPRESA</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 82-92, 98-104				
GRI 203: Impatti economici indiretti (versione 2016)	203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi finanziati	Pag. 86-89 Il progetto #YouthEmpowered rientra nella categoria di engagement pro-bono				
	203-2 Impatti economici indiretti significativi	Pag. 86-89				
GRI 413: Comunità locali (versione 2016)	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Pag. 82-92				
<b>APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 37-39, 98-104				
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (versione 2016)	204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali	Nord: 60% Centro: 7% Sud: 11% Esteri: 22% 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.				
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (versione 2016)	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	Coca-Cola HBC Italia nel corso del 2022 ha valutato secondo criteri ambientali un totale di 5 fornitori, pari al 5% dei nuovi fornitori totali				
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 2022 ha valutato secondo criteri sociali un totale di 108 fornitori, pari al 100% dei nuovi fornitori totali				
<b>GOVERNANCE RESPONSABILE</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 15, 27, 98-104				
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.				



	<p>205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione</p>	<p>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) 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.</p> <p>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.</p> <p>2 su 4 membri dell'organo di amministrazione di Fonti del Vulture sono dipendenti di TCCC e sono già stati coinvolti nel loro programma di compliance (50%).</p> <p>Nel 2022 i corsi di formazione COBC e anticorruzione sono stati erogati a tutta la popolazione attraverso la piattaforma di e-learning (HELO). Sempre nel 2022 si è svolta la campagna di comunicazione annuale (settimana dell'etica e della compliance) per promuovere e diffondere la conoscenza della nostra politica.</p> <p>Il 100% dei dipendenti considerati a rischio corruzione (78 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.</p>				
--	--	--	--	--	--	--

	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel corso del 2022, così come nel 2021, 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.				
GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale (versione 2016)	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Nel corso del 2022, così come nel 2021, 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.				
<b>PACKAGING E GESTIONE DEI RIFIUTI</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 35-36, 49-57, 98-104				
GRI 301 Materiali (versione 2016)	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Tutti i materiali sono acquistati da fornitori esterni.				
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Circa il 12% dei materiali utilizzati proviene da riciclo. Il dato tiene in considerazione il quantitativo totale del PET di origine vegetale, il 60% dell'alluminio e il 30% del vetro.				
GRI 306: Rifiuti (versione 2020)	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Pag 49, 50, 57				
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Pag. 49, 50, 57 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	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p> <p>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.</p>				
<b>CAMBIAMENTO CLIMATICO</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 34, 41, 42, 47, 60, 61, 98-104				
GRI 302: Energia (versione 2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p> <p>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.</p> <p>Coca-Cola HBC Italia non vende energia per riscaldamento, vapore o raffreddamento.</p> <p>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.</p>				
	302-3 Intensità energetica	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p> <p>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.</p>				
GRI 305: Emissioni (versione 2016)	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	<p>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<sub>2</sub>, NH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>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.</p>				

	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p> <p>Lo Scope 2 include le attività sotto il controllo operativo del Gruppo. Nel calcolo sono inclusi i seguenti gas: CO<sub>2</sub>, NH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC, PFC.</p> <p>Nel rendicontare le emissioni il Gruppo utilizza il "Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard".</p> <p>L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo.</p>				
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p> <p>Nel calcolo dello Scope 3 sono inclusi i seguenti gas: CO<sub>2</sub>, NH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC, PFC.</p> <p>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.</p>				
	305-4 Intensità di emissione	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p>				
<b>GESTIONE RESPONSABILE DELL'ACQUA</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 43, 44, 98-104				
GRI 303: Acqua e scarichi idrici (versione 2018)	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p> <p>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.</p> <p>Tutti i plant utilizzano acqua estratta da pozzo, ad eccezione di Marcianise che utilizza sia acqua da pozzo che di acquedotto.</p> <p>In tutti i plant è presente un impianto di trattamento acque reflue.</p> <p>Lo scarico finale è in acque superficiali per tutti i siti, ad eccezione di Marcianise che scarica in fognatura (sebbene rispetti i limiti previsti per lo scarico in acque superficiali).</p>				
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p> <p>Il D.Lgs. 152/2006 prevede specifici standard/limiti per gli effluenti scaricati, sia in acque superficiali che in fognatura.</p> <p>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.</p> <p>In aggiunta, sono previsti standard/limiti per determinati effluenti scaricati anche dai requisiti interni TCCC.</p>				



	303-3 Prelievo idrico	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.</p> <p>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.</p> <p>In linea con la metodologia di Gruppo, la classificazione delle aree sottoposte a stress idrico è stata definita mediante il tool "Water Risk Filter".</p> <p>A partire dal 2020 l'area di riferimento per i prelievi idrici dello stabilimento di Rionero è stata classificata come sottoposta a stress idrico.</p> <p>Si segnala inoltre che il 100% delle acque prelevate corrisponde ad acqua dolce (<math>\leq 1.000</math> mg/l di solidi disciolti totali).</p>				
<b>BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 64-79, 98-104				
GRI 401: Occupazione (versione 2016)	401-1 Nuove assunzioni e turnover	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.</p> <p>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.</p>				
	401-3 Congedo parentale	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.				
GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (versione 2016)	402-1 Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi	Pag. 75				

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



	<p>403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro</p>	<p>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&amp;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</p>				
	<p>403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro</p>	<p>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).</p>				
	<p>403-6 Promozione della salute dei lavoratori</p>	<p>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 2022, ai lavoratori è stato offerto il consulto psicologico (attivo dal 2020) e la Copertura Assicurativa Marsh valida per il dipendente e tutto il suo nucleo familiare e che include la piattaforma Myclinic.</p>				

	<p>403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali</p>	<p>L'approccio adottato dall'organizzazione ai fini della mitigazione degli impatti negativi in materia H&amp;S è descritto nella politica in materia H&amp;S. Per garantire un ambiente di lavoro sicuro e che garantisca il benessere dei lavoratori l'azienda si impegna a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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;</li> <li>• 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;</li> <li>• 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;</li> <li>• sviluppare competenze in materia di salute e sicurezza attraverso un programma di formazione efficace a tutti i livelli dell'organizzazione;</li> <li>• investigare per determinare le cause profonde di eventuali incidenti, infortuni sul lavoro e malattie professionali e intraprendere le necessarie azioni per prevenirne il ripetersi.</li> </ul>				
	<p>403-9 Infortuni sul lavoro</p>	<p>Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.</p> <p>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.</p>				



	403-10 Malattie professionali	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Nel 2022 non sono pervenute informazioni riguardanti casi di malattie professionali da parte dei contractors.				
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.				
<b>DIRITTI UMANI, INCLUSIONE E GESTIONE DELLA DIVERSITÀ</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 39, 72, 73, 98-104				
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.				
GRI 406: Non discriminazione (versione 2016)	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel corso del 2022, così come nel 2021, non sono stati rilevati episodi di discriminazione basati su razza, colore, sesso, religione, opinione politica, discendenza nazionale o origine sociale.				
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 2022, così come nel 2021. Non sono state registrate attività di fornitori a rischio di violazione della libertà di associazione collettiva.				
GRI 408: Lavoro minorile (versione 2016)	408-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Nessun episodio nel 2022, così come nel 2021. 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.				

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 2022, così come ne 2021. Nessuna attività o fornitore a rischio di episodi di lavoro forzato o obbliga- torio. 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.				
<b>BENESSERE E NUTRIZIONE</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 21-23, 27, 98-104				
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	23% - Bevande gassate 24% - Energy drink				
	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	18% - Succhi di frutta 4% - Sport drinks 100% - Plant dairy				
<b>QUALITÀ DEL PRODOTTO</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 45-46, 98-104				
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (versione 2016)	416-2 Episodi di non conformità riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi	Coca-Cola HBC Italia opera secondo un principio di "tolleranza zero" verso le non conformità in tema di sicurezza e qualità alimentare. A testimonianza di tale impegno, nel corso del 2022 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. Nel 2022 è stato effettuato un richiamo di un prodotto dal mercato perché un errore di etichettatura ha comportato un rischio per la salute. In relazione a questo richiamo l'Organizzazione non ha ricevuto nessuna sanzione pecuniaria e/o avvertimento.				



<b>MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILE</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 21-23, 27, 98-104				
GRI 417: Marketing ed etichettatura (versione 2016)	417-2 Episodi di non conformità riguardanti le informazioni e l'etichettatura di prodotti e servizi	Nel 2022 è stato effettuato un richiamo di un prodotto dal mercato perché un errore di etichettatura ha comportato un rischio per la salute. In relazione a questo richiamo l'Organizzazione non ha ricevuto nessuna sanzione pecuniaria e/o avvertimento.				
	417-3 Casi di non conformità riguardanti le comunicazioni di marketing	Nel corso del 2022, così come nel 2021, 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.				
<b>INNOVAZIONE</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 19, 27, 34, 40, 47, 51-61, 98-104				
<b>TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 44, 98-104				
<b>LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE</b>						
GRI 3 - TEMI MATERIALI - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 57, 83, 98-104				

# Relazione della Società di Revisione



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

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

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

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

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*“limited assurance engagement”*) del Rapporto di Sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. (di seguito anche *“Società”*) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

### 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.

### 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.

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](http://www.deloitte.com/about).

© Deloitte & Touche S.p.A.



Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio “*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.

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 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 visite in loco o 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.



3

### Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Rapporto di Sostenibilità di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022 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.

A handwritten signature in blue ink that reads "Silvia Dallai".

**Silvia Dallai**

Socio

Bologna, 14 giugno 2023

