

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2025

Scorre il cambiamento



Indice

Appendice p. 79

Identità

1

Chi siamo: profilo, numeri, identità	p. 5
La nostra cultura	p. 7
Coca-Cola: così vicina, così italiana	p. 9
Crescita sostenibile	p. 14
Mission Refresh	p. 15
Per una migliore gestione dei rischi	p. 22

Persone

3

Le persone guidano la crescita	p. 51
Sviluppo e valorizzazione delle competenze	p. 52
Benessere e coinvolgimento	p. 56
Diritti umani e pari opportunità	p. 61
La sicurezza delle persone	p. 66

Ambiente

2

La nostra missione per l'ambiente	p. 25
L'origine delle nostre bevande	p. 26
Una produzione responsabile	p. 29
Le vite del packaging	p. 40
Una distribuzione sostenibile	p. 46

Comunità

4

La nostra storia in Italia inizia quasi un secolo fa	p. 70
Supporto alle comunità locali	p. 74
Investire sui giovani, i professionisti del futuro	p. 76



Lettera agli stakeholder

Cara lettrice, caro lettore,

anche quest'anno rinnoviamo il nostro impegno nella pubblicazione del Rapporto di Sostenibilità, lo strumento con cui raccontiamo in modo trasparente e accessibile il nostro modo di fare impresa, i risultati raggiunti e le iniziative sviluppate nel rispetto dell'ambiente, delle persone e delle comunità in cui operiamo.

Da oltre 20 anni, abbiamo scelto di condividere questo percorso perché crediamo che la sostenibilità, nelle sue dimensioni economica, ambientale e sociale, sia la vera bussola del nostro sviluppo.

Per questo motivo, dal 2004, quando la rendicontazione era ancora considerata un'attività pionieristica, attraverso il Rapporto di Sostenibilità condividiamo con i nostri stakeholder progetti, investimenti e obiettivi che riflettono i nostri valori e senso di responsabilità, consapevoli del ruolo che ricopriamo come punto di riferimento per il mercato e per lo sviluppo sostenibile dell'intera filiera. È un documento che racconta la storia dei nostri prodotti e di ciò che c'è dietro: dalle materie prime ai processi produttivi e di imbottigliamento, fino alla distribuzione e alla vendita. Una storia che valorizza soprattutto l'impegno quotidiano delle oltre 2.000 persone di Coca-Cola HBC Italia, le relazioni costruite nei territori con clienti, fornitori e istituzioni, e i progetti realizzati insieme

alle associazioni locali e alle comunità che ospitano le nostre fabbriche. Investiamo per creare valore duraturo lungo tutta la catena del valore e ridurre il nostro impatto ambientale, favorendo la circolarità del packaging, la diminuzione delle emissioni, l'uso responsabile della risorsa idrica, la tutela e il ripristino della biodiversità, attraverso un processo di continua innovazione dei sistemi produttivi e logistici. Allo stesso tempo, siamo cittadini attivi dei territori in cui operiamo. Lavoriamo al fianco delle comunità con progetti di inclusione sociale e partnership consolidate col terzo settore, come quella con Banco Alimentare e Special Olympics, e investiamo nelle nuove generazioni attraverso iniziative come #YouthEmpowered, il nostro programma di formazione e orientamento al lavoro dedicato ai giovani.

Siamo un'azienda dal respiro internazionale ma profondamente radicata nei contesti locali, che interpreta la sostenibilità come un percorso condiviso, costruito insieme a partner, clienti, istituzioni e associazioni. È a partire dai territori che immaginiamo e realizziamo un modello di impresa capace di generare impatti positivi e duraturi. All'interno del Rapporto di Sostenibilità troverete numeri, progetti e azioni che raccontano il nostro modo di fare business fino ad oggi e la direzione che vogliamo continuare a seguire domani. Un cammino che prosegue con responsabilità ed entusiasmo, nella consapevolezza che il cambiamento più autentico nasca dal lavoro quotidiano e dalla collaborazione.

Buona lettura

Miles Karemacher,
General Manager
Coca-Cola HBC Italia





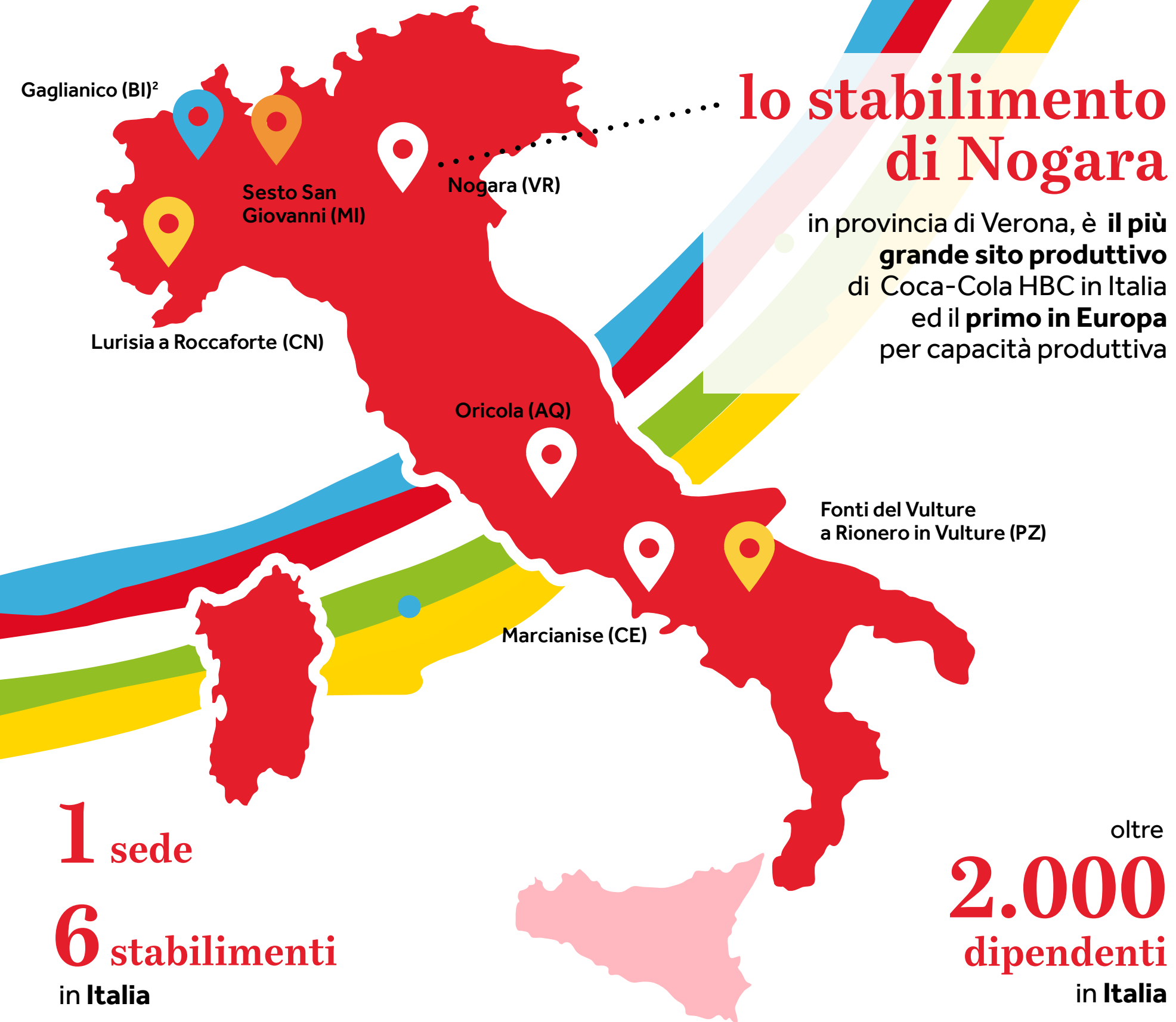
Identità

1





Chi siamo: profilo, numeri, identità



Coca-Cola HBC Italia è il produttore leader di bevande in Italia. Produce e distribuisce le bevande a marchio The Coca-Cola Company, gli energy drink Monster e distribuisce un portafoglio di oltre 70 referenze alcoliche. Impiega oltre 2.000 dipendenti tra uffici, forza vendita capillare sul territorio e 6 stabilimenti: 3 dedicati alla produzione di bibite¹ situati a Nogara (VR), Oricola (AQ), Marcianise (CE), 2 siti di imbottigliamento di acque minerali a Rionero in Vulture (PZ) e Roccaforte Mondovì (CN) e l'innovativo polo CCH CircularPET situato a Gaglianico (BI) dedicato alla produzione di preforme in plastica riciclata (rPET) destinate all'imbottigliamento dei prodotti sul territorio nazionale.

Coca-Cola HBC Italia si occupa del packaging e del merchandising dei prodotti, delle relazioni con i clienti, dell'implementazione delle promozioni e delle relazioni pubbliche e istituzionali nazionali e locali. Impegnata nel campo della responsabilità sociale d'impresa, dal 2004 l'azienda pubblica ogni anno un Rapporto di Sostenibilità in cui documenta le attività svolte per la comunità, nel mercato, in campo ambientale e sul posto di lavoro.

LEGENDA:

- Regioni in cui siamo presenti
- 📍 HQ Coca-Cola HBC Italia
- 📍 Siti dedicati alla produzione di bibite
- 📍 Siti di imbottigliamento di acque minerali
- 📍 Polo dedicato alla produzione di preforme in plastica riciclata (rPET)

1. Nel presente documento per "bevanda" si intende un qualsiasi liquido che si beva, sia per dissetarsi sia per ristorarsi o a scopo terapeutico. Per "bibita" si intende una bevanda artificiale senza alcol (o con bassissimo contenuto alcolico), fatta in genere diluendo con acqua semplice o gassata sciroppi o succhi spremuti di frutta, con eventuale aggiunta di zucchero. Fonte Treccani
 2. Il perimetro del presente Rapporto di Sostenibilità non include 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

Coca-Cola Italia è una controllata di The Coca-Cola Company ed è responsabile delle attività di gestione, protezione e reputazione di tutti i suoi marchi, compresi il design, il marketing strategico, il packaging, le promozioni rivolte al consumatore, le pubblicità, le ricerche di mercato, la brand communication, le relazioni istituzionali e le iniziative di responsabilità sociale.

L'impegno di Coca-Cola HBC per un business sostenibile è certificato dai principali riconoscimenti internazionali.

2025



Il 2025 segna il secondo anno di rendicontazione del Gruppo Coca-Cola HBC come parte dei requisiti previsti dalla Direttiva sulla Rendicontazione di Sostenibilità Aziendale (Corporate Sustainability Reporting Directive).



Nel 2025, Coca-Cola HBC è stata confermata l'azienda di bevande più sostenibile al mondo secondo il Dow Jones Sustainability Index (DJSI) emesso da S&P Global, che conferma il primo posto nel settore delle bevande. È stata la nona volta che l'azienda si è classificata al primo posto e il 15° anno consecutivo che Coca-Cola HBC è tra le prime tre classificate.



Nel 2025, Coca-Cola HBC è stata inserita nella **A List di CDP** per il suo impegno a favore della trasparenza su clima e acqua. Si aggiunge al ristretto numero di aziende che hanno ottenuto un rating doppia A da CDP.



Nel 2025 Coca-Cola HBC è confermata nella FTSE4Good Index Series, che dimostra solide pratiche ambientali, sociali e di governance. L'azienda è inclusa nell'Indice fin dalla sua istituzione nel 2000.



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.

33.000

dipendenti
del Gruppo
Coca-Cola HBC

62

**stabilimenti
produttivi**
in 29 Paesi

750

milioni
di consumatori



Fondazione
Coca-Cola
HBC
Italia

FONDAZIONE COCA-COLA HBC ITALIA

Nata nel 2005, Fondazione Coca-Cola HBC Italia è un'organizzazione senza fini di lucro che concretizza una parte dell'impegno dell'azienda in materia di responsabilità sociale. Si dedica allo sviluppo sostenibile tramite progetti concreti in aree chiave come ambiente, benessere, sport e cultura collaborando con enti locali per massimizzare l'impatto di tutti i suoi interventi.



La nostra cultura

Purpose

Open Up Moments that refresh us all

Ovvero vivere insieme momenti preziosi, condivisi, di rinnovamento e gioia. Crediamo infatti che la vera magia avvenga quando ci mettiamo in gioco aprendoci a qualcosa di nuovo. Insieme, nessuno escluso, vogliamo portare a tutti i nostri partner e alle comunità un'energia fresca e rigenerante, senza mai smettere di innovare e dando sempre, in ogni occasione, il meglio di noi.

Vision

Essere il partner leader 24/7 nel settore delle bevande

Essere Leader significa che le nostre persone sono riconosciute agli occhi di tutti come le più affidabili e capaci di pensare fuori dagli schemi, puntando all'eccellenza. Assieme ai nostri partner vogliamo continuare a crescere producendo, distribuendo, vendendo, attivando e innovando un portafoglio unico ed estremamente diversificato, per soddisfare ogni momento di consumo, 24 ore su 24. Offriamo marchi leader nelle categorie delle bibite gassate, dei succhi di frutta, acqua, sport drink, energy drink, tè pronti da bere, bevande per adulti e oltre 70 referenze di Spirits di brand nazionali ed internazionali.





I nostri valori



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.



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.



Più forti insieme

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



Favoriamo la semplificazione

Ammiriamo 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.





Coca-Cola: così vicina, così italiana.

Il nostro impatto socio-economico sul territorio

Tra Coca-Cola e il contesto italiano si è negli anni rafforzato un legame che vede l'azienda parte attiva nella crescita dei territori e delle comunità.

Un legame che parte dalle persone che hanno cura delle materie prime utilizzate nei prodotti, passa da chi lavora ogni giorno nelle 7 regioni italiane in cui è presente e viaggia lungo tutto il Paese attraverso la forza vendita e la rete di fornitori per creare valore condiviso, arrivando fino ai consumatori.

Lo studio realizzato da SDA Bocconi School of Management³ misura questo legame in termini di risorse complessive distribuite a famiglie, imprese e Stato e per l'impatto occupazionale complessivo che genera, Coca-Cola si conferma la prima realtà nel settore delle bibite e delle bevande in Italia.

Nel 2024 sono state generate e **distribuite risorse per 1,1 miliardi di euro** (pari allo 0,05% del PIL nazionale) e oltre 29.000 posti di lavoro (lo 0,12% degli occupati totali in Italia) sono stati creati direttamente e attraverso l'indotto, con 64.000 persone che beneficiano (parzialmente o totalmente) dei redditi di lavoro generati (direttamente o indirettamente) da Coca-Cola.



64.000

persone che beneficiano (parzialmente o totalmente) dai redditi di lavoro generati (direttamente e indirettamente) da Coca-Cola

oltre

29.000

posti di lavoro creati direttamente e attraverso l'indotto

1,1

miliardi di € di risorse generate e distribuite in Italia

3. Coca-Cola: così vicina, così italiana. L'impatto socio-economico e occupazionale di Coca-Cola in Italia (2025). Dati 2024



Il nostro modo di fare impresa

Vogliamo essere un esempio positivo per il mercato di cui siamo Leader.

Strategie e pratiche commerciali sono storicamente allineate ai nostri obiettivi di sostenibilità, ai nostri valori e, nel contesto italiano, agli impegni assunti da anni da parte delle associazioni di rappresentanza della categoria.

Abbiamo preso l'impegno di crescere con integrità e con senso di responsabilità nei confronti delle comunità in cui operiamo, seguendo con grande attenzione anche le normative e linee guida locali e gli impegni presi dal settore.



ASSOCIAZIONI INDUSTRIALI

Partecipiamo attivamente alla vita delle associazioni industriali e dei consorzi più significativi per il nostro business. Anche nel 2025 abbiamo ricoperto un ruolo attivo in diverse associazioni.



ASSOBIBE

(Associazione Italiana Industria Bevande Analcoliche) è l'Associazione nazionale di categoria che **rappresenta le imprese che producono e vendono bevande analcoliche in Italia**, riunisce imprese piccole, medie e grandi che operano lungo tutta la filiera, localizzate su tutto il territorio nazionale.

Come componente di CONFINDUSTRIA, **tutela gli interessi degli associati presso le Istituzioni nazionali, europee ed internazionali**; fornisce servizi per supportare le imprese nelle attività; promuove lo sviluppo del Settore e stipula i contratti collettivi di lavoro e gli accordi sindacali di carattere nazionale.

Da **oltre 75 anni** l'Associazione di categoria è al fianco delle imprese nel loro percorso di crescita del valore economico, sociale e culturale nel Paese.

ASSOBIBE

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

CONFINDUSTRIA

Componente del Consiglio Generale di Confindustria in rappresentanza di Confindustria Verona: Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs & Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia.

Componente del Gruppo Tecnico Ambiente di Confindustria: Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs & Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia.

FEDERALIMENTARE

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

CONFINDUSTRIA VERONA

Vicepresidente con delega all'Internazionalizzazione, attrattività e rapporti con imprese multinazionali e Componente del Consiglio Direttivo: 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.

Consigliere del Gruppo Alimentare: Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs & Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia.

Componente del Consiglio Direttivo del Gruppo Milano: Matteo Butturi, People & Culture Supply Chain and Work Relations Manager 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.

UNINDUSTRIA

(ROMA - FROSINONE - LATINA - RIETI - VITERBO)

Componente del Consiglio Direttivo del Gruppo Alimentare: Giulia Miceli, Public and Regulatory Affairs Manager Coca-Cola HBC Italia.

CONFINDUSTRIA CASERTA

Componente del Consiglio Direttivo e del Consiglio di Presidenza e Vicepresidente con delega al Lavoro e Relazioni Industriali: Monica Rispoli, Plant Manager dello stabilimento di Marcianise di Coca-Cola HBC Italia.

Membro della Sezione Alimentare: Monica Rispoli, Plant Manager dello stabilimento di Marcianise di Coca-Cola HBC Italia.

CONFINDUSTRIA L'AQUILA

Vice Presidente: Matteo Perfetti, HR Business Partner Coca-Cola HBC Italia.

CONFINDUSTRIA BASILICATA

Componente del Consiglio Direttivo del Gruppo Alimentare: Sergio Frigieri, HR Business Partner Coca-Cola HBC Italia.

UNESDA (European Soft Drinks Industry)

Membro del Board: Giangiacomo Pierini, Corporate Affairs & Sustainability Director Coca-Cola HBC Italia.

CIAL (Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio)

Componente del Consiglio di Amministrazione: Giulia Miceli, Public and Regulatory Affairs Manager Coca-Cola HBC Italia.

CORIPET (Consorzio Autonomo Nazionale per la gestione dei contenitori in PET)

Componente del Consiglio di Amministrazione: Giulia Miceli, Public and Regulatory Affairs Manager Coca-Cola HBC Italia.



OFFRIRE PIÙ SCELTA AI CONSUMATORI

Anche nel 2025 è proseguito il percorso di Coca-Cola per dare ai consumatori la possibilità di controllare la quantità di zucchero che assumono dalle bevande, senza rinunciare al gusto. **Un impegno che si concretizza in azioni tangibili:**

Riduzione del contenuto di zucchero nelle bevande

Nel 2025, in Italia, il 61% del portafoglio The Coca-Cola Company (a esclusione delle acque) è stato ridotto, basso o nullo contenuto calorico e rivediamo le ricette per diminuirne il quantitativo. Inoltre, invitiamo le persone a scegliere i prodotti senza zucchero attraverso le campagne di marketing. È un impegno che condividiamo con le altre aziende del settore: abbiamo infatti contribuito al risultato di ASSOBIBE di diminuire del 41% la quantità di zucchero immesso sul mercato dal 2008 al 2022, superando gli impegni presi dalla stessa Associazione nell'accordo siglato con il Ministero della Salute.

L'offerta di una gamma completa in un'ampia varietà di formati

Abbiamo immesso sul mercato confezioni più piccole per consentire alle persone di scegliere la giusta quantità, come con la lattina da 150 ml.

Promuovere un consumo consapevole

Forniamo informazioni nutrizionali chiare e complete in etichetta sul contributo energetico e dei nutrienti dei prodotti. Tutti i nostri prodotti riportano il numero di porzioni e il riferimento al volume della porzione ed esplicitiamo, laddove possibile, informazioni nutrizionali aggiuntive per porzione, evidenziando l'incidenza percentuale rispetto ai consumi di riferimento delle calorie e dei nutrienti. Infine, siamo impegnati a non realizzare promozioni e manifestazioni a premio che inducano a un consumo eccessivo.



ESSERE SUL MERCATO, RESPONSABILMENTE.

Ci impegniamo a commercializzare i nostri prodotti in modo responsabile e da sempre le nostre pratiche commerciali sono in linea con i nostri obiettivi di sostenibilità, i nostri obiettivi aziendali e i nostri valori.

Crediamo che siano i genitori o i tutori a dover scegliere le bevande che i loro figli consumano.

Per questo siamo impegnati, già dal **Codice di Autoregolamentazione di ASSOBIBE in vigore dal 2006**, a non commercializzare direttamente nessuno dei nostri prodotti, indipendentemente dal profilo nutrizionale, a bambini di età inferiore ai 13 anni e a non promuoverli tramite mezzi di comunicazione in cui il 30%, o più, del pubblico è composto da bambini di età inferiore ai 13 anni.

Non promuoviamo alcun tipo di attività di marketing o pubblicità nelle scuole primarie e tutti i distributori automatici e le frigovetrine che collochiamo nelle scuole primarie e secondarie devono essere privi di marchio e grafiche brandizzate. Inoltre, in linea con quanto anche stabilito dal Protocollo d'Intesa, siglato da ASSOBIBE nel 2021 con il Ministero della Salute, da anni vendiamo direttamente solamente acqua nelle scuole primarie e solo versioni delle bevande senza zuccheri aggiunti nelle scuole secondarie. Comuniciamo questo approccio ai nostri partner della grande distribuzione, invitandoli a condividerne i valori.



COMMERCIALIZZIAMO RESPONSABILMENTE LE NOSTRE BEVANDE ALCOLICHE

Promuoviamo il consumo responsabile di bevande alcoliche attraverso una comunicazione onesta, che non associ l'alcol a benefici per la salute, successo sociale o attività rischiose. Operiamo con sensibilità e buon senso, distinguendo chiaramente tra prodotti alcolici e analcolici e rivolgendoci principalmente a un pubblico maggiorenne. Tutte le nostre attività rispettano le normative vigenti e garantiscono trasparenza sulle caratteristiche e sul contenuto alcolico dei prodotti.



Crescita sostenibile

per l'ambiente, le persone, le comunità.

In un momento storico caratterizzato da profondi cambiamenti, ci proponiamo come attori capaci di guidare l'intera filiera verso una crescita sostenibile, intelligente ed inclusiva, e come promotori di sviluppo.

Abbiamo scelto di impegnarci di fronte alle grandi sfide globali di questi tempi, dando il nostro contributo ai 17 Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite.

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



SALUTE E BENESSERE

Assicurare il benessere per tutti e per tutte le età



IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

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



ISTRUZIONE DI QUALITÀ

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



CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

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



PARITÀ DI GENERE

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



CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

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



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



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



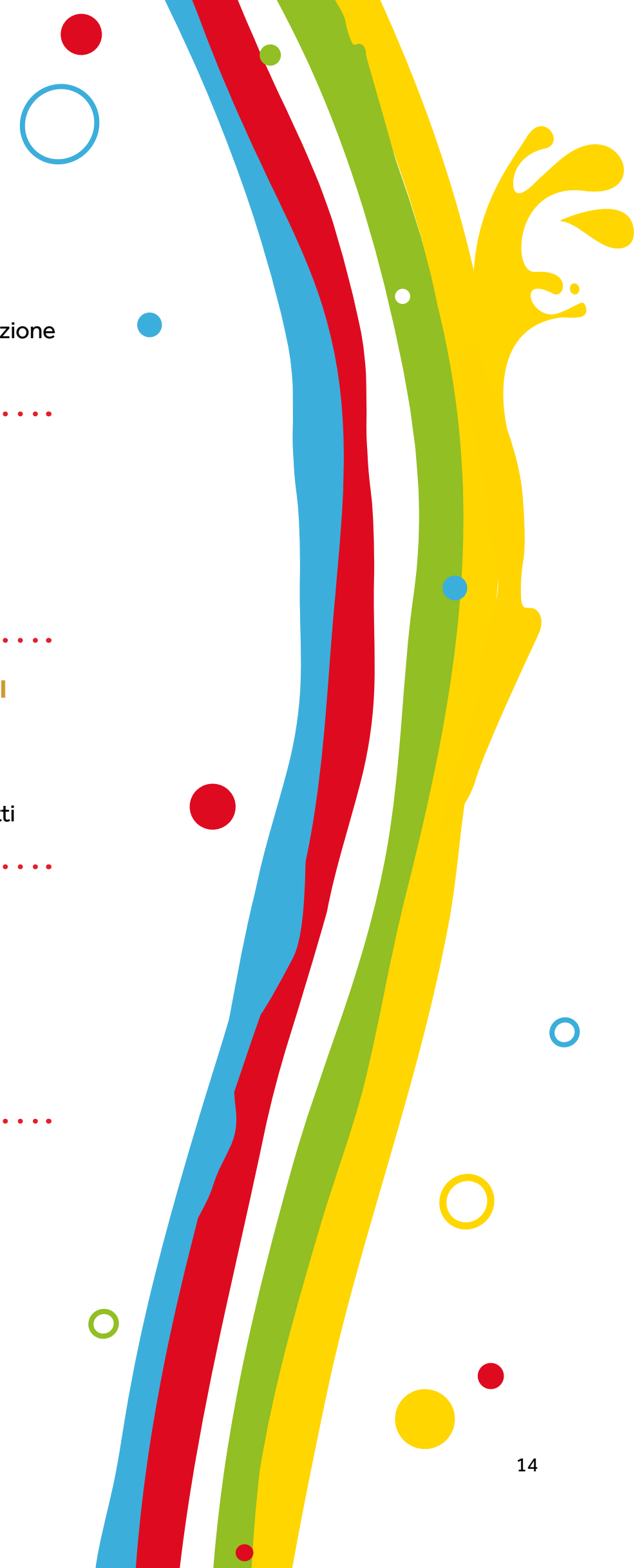
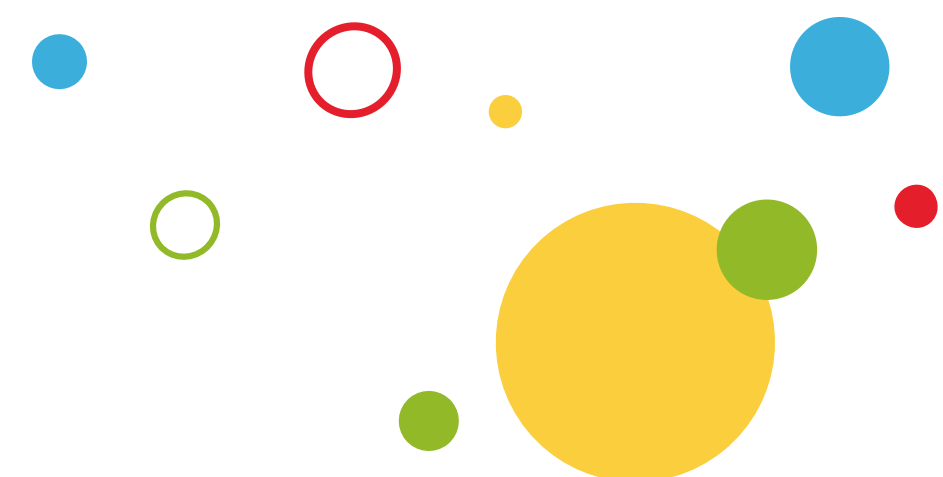
LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

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



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





Mission Refresh

Come Gruppo Coca-Cola HBC rinfreschiamo i nostri impegni di sostenibilità.

La sostenibilità rimane al centro della nostra strategia, per crescere con i nostri partner e creare valore per le comunità e l'ambiente.



I nostri pilastri

Clima

RAGGIUNGERE ZERO EMISSIONI NETTE ENTRO IL 2040.

Ridurre le emissioni assolute in tutti gli Scope (1,2,3):

Del **30%** entro il 2030;

Zero emissioni nette entro il 2040.



Biodiversità

OTTENERE UN IMPATTO NETTO POSITIVO ENTRO IL 2040.

Impegnarci a raggiungere un impatto netto positivo sulla biodiversità in specifiche aree entro il 2040 ed eliminare la deforestazione lungo la catena di fornitura.



Acqua

RESTITUIRE L'ACQUA CHE UTILIZZIAMO ENTRO IL 2035.

Gestire la risorsa idrica responsabilmente e restituire il:

100% dell'acqua utilizzata per produrre le nostre bevande;

100% dell'acqua nelle località ad alto rischio (12 stabilimenti).



Comunità

ESSERE PARTE ATTIVA DELLE COMUNITÀ IN CUI OPERIAMO.

Sostenere lo sviluppo di posti di lavoro e competenze; costruire comunità resilienti;

Garantire un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo;

Salvaguardare i nostri territori.



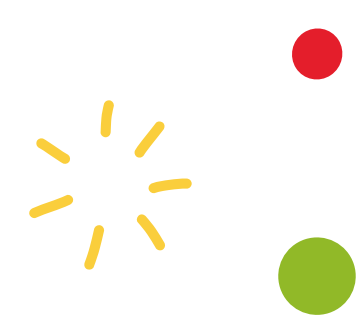
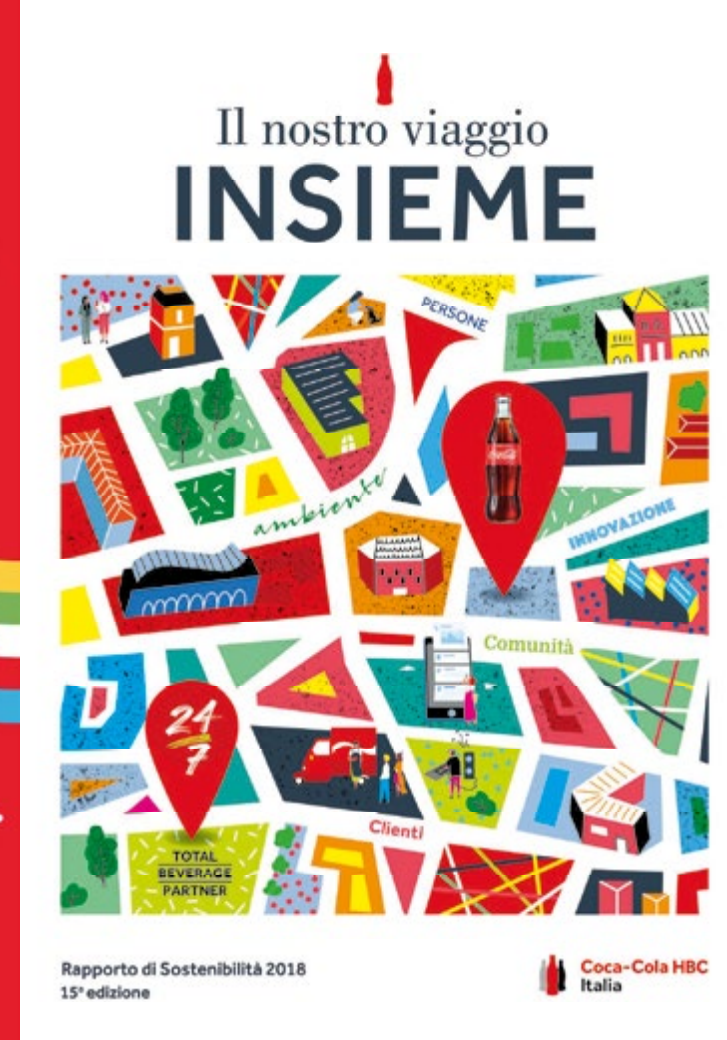


Un impegno che dura da più di 20 anni

Siamo stati tra i pionieri in Italia a pubblicare il Rapporto di Sostenibilità, ventidue anni fa, mettendo nero su bianco le sfide, gli obiettivi e i traguardi raggiunti.

Seguendo la nostra visione del futuro e la determinazione ad affrontare le sfide, abbiamo ridisegnato la storia delle nostre bevande perché crediamo, come azienda, che la crescita del nostro business sia inscindibile da una strategia a lungo termine che ne garantisca la sostenibilità per l'ambiente, le persone e le comunità.

Consapevoli e orgogliosi del nostro percorso, vogliamo continuare ad essere pionieri e d'esempio per tutta la filiera, investendo sul territorio e sulle persone e tessendo alleanze virtuose con tutti i partner che camminano al nostro fianco, la cui fiducia rappresenta per noi il bene più prezioso. Vogliamo essere attori capaci di guidare l'intera filiera verso una crescita sostenibile, intelligente ed inclusiva, e promotori di sviluppo e cambiamento.



LA LINEA DEL TEMPO DEI NOSTRI IMPEGNI PER L'AMBIENTE

2006

ENERGY SAVER PROJECT

Programma che permette di individuare gli interventi tecnici e organizzativi necessari per ridurre il consumo di energia.

PRIMO STUDIO DI SGRAMMATURA IN ITALIA

Dopo uno studio di fattibilità per la riduzione del peso delle bottiglie in PET, nel 2009 è stata avviata la riduzione del PET utilizzato.

IMPIANTO DI COGENERAZIONE ORICOLA

Installazione dell'impianto di cogenerazione per produzione di energia, vapore e acqua refrigerata con aumento di efficienza energetica.

BEE: BEHAVIOUR ENERGY EXCELLENCE

L'obiettivo è quello di promuovere comportamenti virtuosi per la gestione efficiente dell'energia all'interno degli stabilimenti produttivi. Il programma si basa su tre pilastri chiave: Formazione, Comunicazione e Coinvolgimento.

MISSIONE SOSTENIBILITÀ 2025

Fissati nuovi obiettivi per il 2025 concretizzati in 6 aree: riduzione delle emissioni, utilizzo e gestione dell'acqua, riduzione e valorizzazione dei materiali di riciclo, approvvigionamento, nutrizione, persone e comunità.

2007

WATER SAVING PROJECT

Realizzazione di interventi per ottimizzare la quantità di acqua prelevata e immessa all'interno dei processi produttivi, riducendone così il consumo e continuando, al tempo stesso, a restituire all'ambiente un'acqua con caratteristiche qualitative tali da rispettare con ampi margini quanto dettato dalla normativa nazionale.

2009

IMPIANTO DI COGENERAZIONE A NOGARA

Investiti 22 milioni di € per la realizzazione di un impianto di cogenerazione a Nogara in grado di ridurre le emissioni di CO₂ del 66% incrementando l'efficienza energetica fino all'83% in più rispetto ai sistemi del periodo.

2010

CERTIFICAZIONI EWS/AWS/ISO

Certificazioni che definiscono i criteri per la valutazione delle fonti e della qualità dell'acqua, il monitoraggio e la mitigazione dei possibili impatti determinati dai prelievi e dagli scarichi e la tutela delle Hcv (High conservation value area).

2012

2016

IMPIANTO DI COGENERAZIONE MARCIANISE

Installazione dell'impianto di cogenerazione per produzione di energia, vapore e acqua refrigerata con aumento di efficienza energetica.

2018

50% RPET

Introduzione sul mercato italiano di bottiglie realizzate con il 50% di plastica riciclata (rPET), al tempo limite massimo consentito dalla legge.

2020

NetZeroby40

Programma mirato al raggiungimento del traguardo delle zero emissioni nette lungo l'intera catena del valore entro il 2040.

KEELCLIPTM

Soluzione innovativa di packaging in carta che rappresenta la tecnologia più avanzata nella gestione delle confezioni multiple di lattine, permettendo di eliminare completamente l'involucro in plastica.

2023

PORTAFOGLIO BIBITE IN RPET

Anche grazie alla fabbrica di Gaglianico, le bottiglie in plastica dell'intero portafoglio bibite sono prodotte con il 100% di plastica riciclata (rPET).

TETHERED CAPS

Introduzione dei Tethered Caps in tutto il portafoglio bibite, anticipando le disposizioni della direttiva EU sulle chiusure degli imballaggi.

2022

RIAPERTURA STABILIMENTO GAGLIANICO

Abbiamo inaugurato il nuovo impianto capace di trasformare fino a 30.000 tonnellate di PET all'anno in nuove preforme in 100% PET riciclato (rPET) destinate all'imbottigliamento delle bevande dell'azienda.

2021

NEI PARCHI MARINI DELLA CALABRIA... OGNI LATTINA VALE

Attività di sensibilizzazione per i consumatori sul corretto riciclo dell'alluminio organizzata con CIAL (Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio) e Ente Parchi Marini della Calabria, recuperando le lattine in alluminio vuote dalle strade e dalle spiagge dei comuni dell'area dei Parchi Marini calabresi.

BOTTIGLIE TRASPARENTI

Per facilitarne le operazioni di riciclo, le bottiglie di Fanta e Sprite rinunciano alle iconiche colorazioni arancio e verdi.

100% RPET PER LE BOTTIGLIE

L'anno della svolta, con l'introduzione del 100% rPET (a esclusione di tappo ed etichetta) per vari formati dei prodotti Coca-Cola, Fanta, Sprite e Fuze Tea, triplicando i quantitativi di rPET utilizzati rispetto al 2020.

LA LINEA DEL TEMPO DEI NOSTRI IMPEGNI PER LE PERSONE

2004

MYVOICE: ENGAGEMENT & VALUES SURVEY - Survey annuale che raccoglie le opinioni dei dipendenti sul loro senso di appartenenza all'azienda, sulla conoscenza e condivisione dei valori e sul livello di engagement complessivo.

PIANO SANITARIO PER I DIPENDENTI
È stato sviluppato un piano sanitario ad hoc per tutti i dipendenti a seguito di un accordo sindacale.

INTRODUZIONE MONOTIMBRATURA
Possibilità di timbrare il cartellino solo in ingresso o in uscita dall'azienda, permettendo alle persone di poter organizzare la giornata lavorativa sulla base delle esigenze personali.

REMOTE WORKING - Introduzione del remote working per favorire il work-life balance dei colleghi. Inizialmente per 3 giorni al mese, nel 2017 i giorni di remote working sono stati estesi a 5 al mese per approdare ai 12 giorni al mese attualmente in vigore.

INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN
Processo annuale legato alla gestione individuale della performance e dello sviluppo dei dipendenti, tramite azioni, progetti e corsi di formazione concordati da svolgersi durante l'anno.

PMS E PDF
Già dal 2004, il programma Performance Management System è stato implementato per valorizzare e facilitare la crescita delle risorse attraverso la programmazione di obiettivi e piani di sviluppo. Attraverso il People Development Forum, nel triennio 2002-2004 sono stati estesi ai dipendenti anche dei corsi di formazione a 360°.

2007

TOTAL QUALITY DAY
Giornate dedicate alla formazione e all'approfondimento di tematiche legate alla qualità, sicurezza e sostenibilità. Si svolgono annualmente in tutti gli stabilimenti italiani dell'azienda e coinvolgono tutti i dipendenti.

2008

COMMISSIONE BILATERALE PER LE PARI OPPORTUNITÀ - Le prime attività della Commissione si sono focalizzate su una mappatura della presenza femminile all'interno di Coca-Cola HBC Italia e su un'analisi preliminare dello scenario rilevato.

2013

P4G: PERFORMANCE 4 GROWTH - Processo di valutazione della performance che mira a favorire la crescita dei colleghi valorizzandone il potenziale attraverso una continua e multidirezionale condivisione di feedback e obiettivi, performance e comportamenti.

2014

RISE MANAGEMENT TRAINEE PROGRAMME
Programma di formazione e sviluppo personalizzato di 2 anni rivolto a studenti agli ultimi anni di università e a giovani laureati di talento, che prevede l'inserimento a tempo indeterminato in azienda.

2015

ESTENSIONE DEL CONGEDO MATRIMONIALE E ASSISTENZA SANITARIA - Coca-Cola HBC Italia ha esteso il congedo matrimoniale e l'assistenza sanitaria anche alle coppie dello stesso sesso, anticipando la legge Cirinnà, che sarebbe poi stata approvata nel 2016 per le unioni civili.

CERTIFICAZIONE PARITÀ DI GENERE IDEM - Ottenuta 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.

2022

2021

2020

2018

2017

2016

PRIMA CERTIFICAZIONE TOP EMPLOYERS ITALIA
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.

2023

INTERNATIONAL LEADERSHIP TRAINEE PROGRAM - Nasce il Graduate Program di Gruppo per coinvolgere neolaureati in un'esperienza che offre crescita e apprendimento sul campo, con progetti cross-funzionali, mentoring e percorsi di formazione.

PORTAFOGLIO BIBITE IN RPET
Anche grazie alla fabbrica di Gaglianico, le bottiglie in plastica dell'intero portafoglio bibite sono prodotte con il 100% di plastica riciclata (rPET).

LINE MANAGER CAPABILITY TRAINING - Corso rivolto a tutti i manager dell'organizzazione, per migliorare il processo di selezione delle nuove persone, valorizzare le competenze e migliorare la candidate experience.

COCA-COLA HBC WELFARE - Coca-Cola HBC Welfare - introduzione della piattaforma welfare grazie alla quale i dipendenti hanno la possibilità di convertire il proprio premio di produzione annuale (PPO) in numerosi servizi e benefit esclusivi: dai rimborsi per le spese mediche e l'educazione, all'acquisto di voucher e servizi per il tempo libero.

PIATTAFORMA HELO
Piattaforma di formazione a disposizione di tutti i dipendenti per accelerare lo sviluppo professionale e supportare la realizzazione del proprio potenziale.

LA LINEA DEL TEMPO DEI NOSTRI IMPEGNI PER LE COMUNITÀ

SPECIAL OLYMPICS ITALIA - Con Special Olympics Italia contribuiamo alla missione di sostenere le straordinarie potenzialità delle persone con disabilità intellettive, valorizzando lo sport come esperienza di unione e condivisione.

1995

BANCO ALIMENTARE
Collaborazione che nasce con l'obiettivo di contrastare lo spreco alimentare e aiutare le persone in difficoltà.

2005

SUPPORTO A CROCE ROSSA ITALIANA - Donati 1,4 milioni di Euro per supportare l'acquisto di ambulanze attrezzate e dispositivi medici, necessari al primo soccorso dei pazienti e alle azioni di volontariato. In collaborazione con Cesare Cremonini, Coca-Cola Italia ha inoltre lanciato la campagna di fundraising #ungiorno migliore.

2009

YOUTH EMPOWERED - Programma rivolto ai giovani tra i 16 e i 30 anni con l'obiettivo di supportarli nella conoscenza delle proprie attitudini e nell'acquisizione di competenze professionali.

2017

FONDAZIONE COCA-COLA HBC ITALIA - Nasce per dar vita a progetti volti a promuovere il rispetto per l'ambiente e il territorio.

2023

TERREMOTO DE L'AQUILA - A sostegno della popolazione abruzzese è stato attivato lo stabilimento di Oricola (AQ) come punto di raccolta delle donazioni di prodotti alimentari e non. Inoltre sono state donate oltre 350.000 bottiglie di acqua Lilia, 90.000 confezioni di succhi di frutta Amita e 10 frigoriferi per le cucine da campo costruite nelle zone colpite.

2021

MEDAGLIA DI BENEMERENZA
Coca-Cola HBC Italia ha ottenuto da Croce Rossa italiana la medaglia di benemerita per il supporto alla comunità abruzzese durante l'emergenza Covid-19.

PANDEMIA COVID-19 - Con lo scoppio della pandemia dovuta al COVID-19, Coca-Cola in Italia ha donato 1,4 milioni di euro alla Croce Rossa Italiana contribuendo all'acquisto di ambulanze attrezzate e di dispositivi medici, necessari al primo soccorso dei pazienti.

2020

PROGETTO "BLUE ACTIVITIES" - Ideato e realizzato da Marevivo con il supporto non condizionato di The Coca-Cola Foundation, il progetto si sostanzia in numerose azioni di pulizia del litorale italiano coniugate ad attività di educazione all'ambiente e alla sostenibilità.

NUOVI PROGETTI #YOUTH EMPOWERED

Con il programma #Youthempowered, portiamo avanti la collaborazione con Junior Achievement e Civicamente, per accompagnare gli studenti nel mondo del lavoro.

PRIDE E COMUNITÀ LGBTQIA+

Sostegno alla comunità LGBTQIA+ attraverso la partecipazione ai Pride di Milano, Napoli, Torino, al Padova Pride Village e sostenendo 4 case-famiglia. Inoltre, viene erogata formazione verso i dipendenti per scardinare i pregiudizi inconsapevoli anche sul luogo di lavoro per un ambiente sempre più inclusivo.



Le tematiche chiave di sostenibilità

L'analisi di materialità⁴ 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.

È un percorso che si fonda sull'ascolto dei nostri stakeholder, interni ed esterni, ne raccoglie prospettive e riflessioni per integrarle nella strategia. Anche quest'anno, declinando sul territorio in cui operiamo gli esiti del processo condotto a livello di Gruppo⁵, 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.

4. Si consulti la sezione "Impatti" del presente documento per ulteriori informazioni
5. Si consulti la sezione "Indice dei contenuti GRI" del presente documento

IL NOSTRO IMPEGNO E LA NOSTRA STRATEGIA:



CATEGORIE:

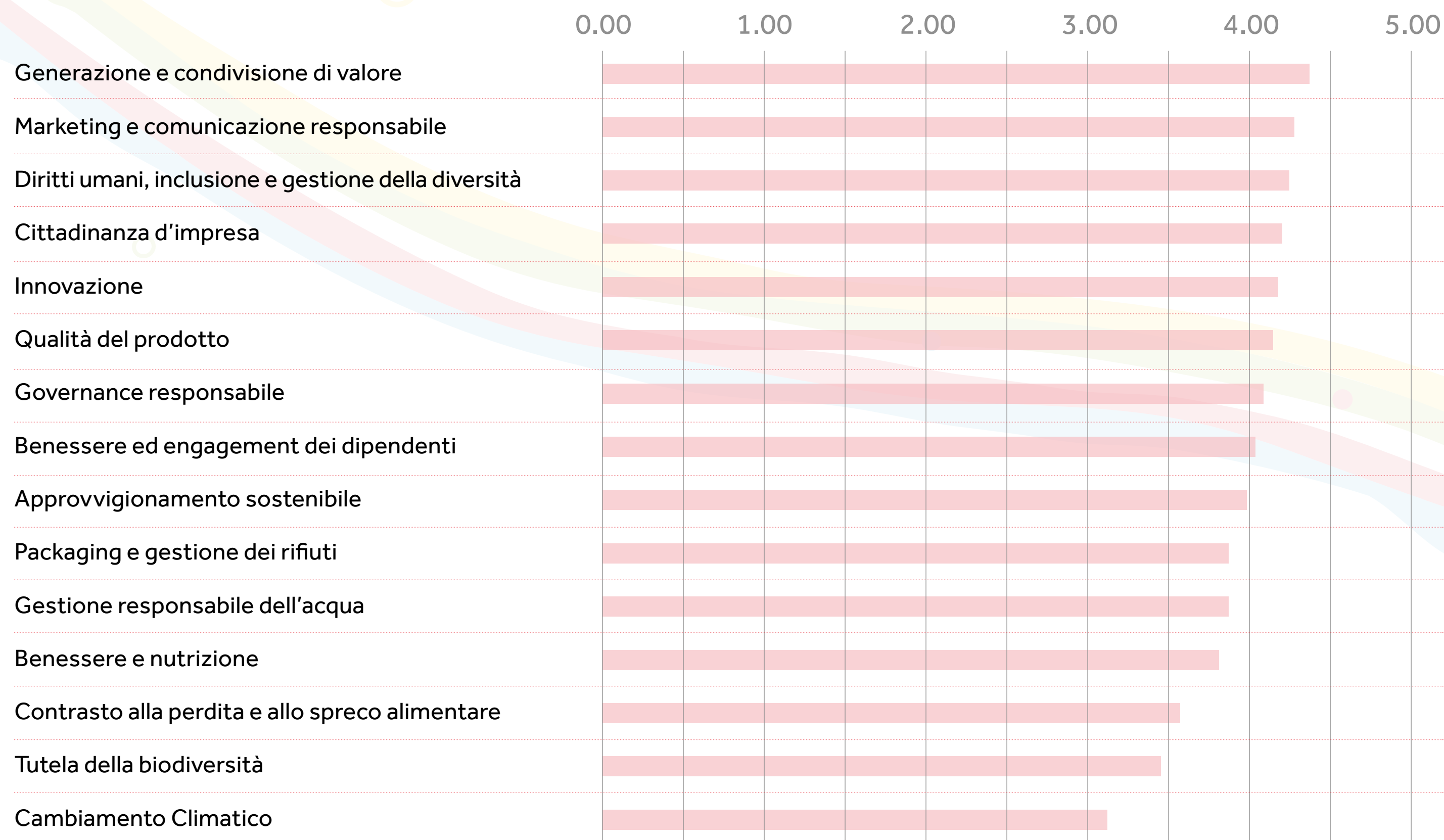
- CLIENTI
- COMUNITÀ LOCALI
- CONSUMATORI
- ISTITUZIONI
- FORNITORI
- PARTNER
- UNIVERSITÀ
- DIPENDENTI
- SOCIETÀ CIVILE



I TEMI MATERIALI

L'elenco dei temi materiali rappresenta l'esito del processo di analisi di materialità: definisce le questioni ambientali, sociali ed economiche più rilevanti sulle quali Coca-Cola HBC Italia genera o può generare impatto attraverso le proprie attività.

Vengono aggiornati e prioritizzati grazie al contributo degli stakeholder che annualmente vengono coinvolti in maniera strutturata nel processo di analisi, a cui partecipano anche i dipendenti con le prime linee e i membri del board, e che attribuiscono la rilevanza agli impatti generati che sono sottostanti ai temi⁶.



La valutazione della rilevanza degli impatti sottostanti ai temi materiali è stata espressa su una scala da 1 a 5, dove 1 corrisponde a "per niente rilevante" e 5 a "estremamente rilevante", tenendo conto dei criteri di scala, ambito, probabilità (per gli impatti potenziali e non effettivi) e irrimediabilità (per gli impatti negativi).

6. Si consulti la sezione "Impatti" del presente documento per ulteriori informazioni



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", e si fonda su un approccio metodologico denominato "Smart Risk", adottato in tutti i nostri stabilimenti. La continua attenzione ai temi di Risk Appetite, 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 alle sfide che potrebbero manifestarsi.

Nel 2025 abbiamo riscontrato una stabilizzazione dei costi di approvvigionamento (in particolare quelli delle materie prime), il che ci ha permesso di reinvestire le risorse disponibili nel business, rafforzando l'infrastruttura aziendale: il team giusto per sostenere la crescita del business (riflesso in un aumento dei costi del personale); eventi significativi per aumentare la notorietà dei nostri marchi (Olimpiadi); ulteriori investimenti, (riflessi nell'aumento degli ammortamenti). L'inflazione, sebbene stabile (+1,7%), è ancora superiore alla media storica, il che si traduce in un aumento dei costi aziendali (indicizzazione dei contratti con i 3PL) e in un aumento del costo della vita per il nostro consumatore finale. Ciò spiega la diminuzione e la riduzione della spesa da parte dei consumatori (le cui abitudini di consumo possono variare tra le varie regioni italiane), che influisce direttamente sul nostro volume, chiaramente visibile nelle performance inferiori nel canale fuori casa.

L'ulteriore rinvio della tassa su zuccheri e plastica ci ha aiutato a evitare di esercitare ulteriore pressione sul reddito dei consumatori, con un eventuale effetto anche sui volumi. Considerando tutte queste difficili condizioni macroeconomiche e di mercato, le nostre squadre di vendita, produzione e logistica hanno



gestito la situazione, utilizzando al meglio le risorse e le capacità disponibili, per adattarsi alle condizioni attuali e preparare una struttura aziendale adatta per il futuro. Riguardo la catena di fornitura, abbiamo consolidato il nostro assetto logistico e 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 (Senior Leadership Team) e trimestralmente ai responsabili di Gruppo. In tabella viene presentata una panoramica dei rischi più rilevanti per le nostre attività alla fine del 2025, 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.



RISKONNECT

Il sistema informatico utilizzato per il monitoraggio e la gestione dei rischi aziendali continua ad essere Riskonnect, che permette tre livelli di valutazione del rischio: il primo al suo manifestarsi, il secondo basato sulla efficacia delle azioni previste per la mitigazione, il terzo sul valore residuale considerando l'efficacia delle mitigazioni rispetto al rischio iniziale.

APPROCCIO "SMART RISK"

Si è consolidato il concetto integrato di "Business Resilience", che racchiude nella sua natura la volontà di migliorare l'integrazione tra i vari elementi che garantiscono la protezione e la continuità dell'azienda (ERM, Business Continuity, Fraud prevention, IMCR - Incident Management Crisis Resolution).

Il documento relativo è il "Business Resilience Framework" che riepiloga e regola le logiche adottate in materia di gestione dei rischi integrandole con gli altri aspetti elencati sopra. L'approccio Smart Risk è un pilastro centrale della nostra strategia di gestione del rischio, poiché ci fornisce la capacità di essere innovativi nell'implementare attività per far crescere l'azienda.

RISCHIO	DESCRIZIONE	IMPATTO POTENZIALE	PIANO DI MITIGAZIONE	TEMA MATERIALE COLLEGATO
<p>Instabilità geopolitica</p> <p>Inflazione</p> <p>Gestione della tendenza in aumento di fenomeni di tassazione per il finanziamento del bilancio dello Stato e relativi effetti sulla supply chain e sull'impatto inflattivo per i consumatori, i clienti e i fornitori.</p>	<p>Impatti che hanno reso necessaria la continua revisione dell'approccio al business sia per l'assetto logistico, che per le strategie di vendita e di gestione delle promozioni e contenimento dei costi.</p>	<p>Riduzione del potere d'acquisto da parte dei consumatori.</p> <p>Valutazione tassazione proposte dal Governo.</p> <p>Rischio aumento dei crediti insoluti a causa dell'inflazione</p>	<p>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, sviluppato puntualmente per ciascun canale di vendita. Questo ha comportato un'analisi continua della situazione sul mercato, tenendo conto delle abitudini del consumatore, nelle varie aree geografiche e delle peculiarità dei nostri canali di vendita, in alcuni casi frammentati.</p> <p>Revisione dei contratti con fornitori strategici. Piani specifici per situazioni da mitigare in settori particolarmente colpiti, grazie a strategie di recovery insieme ai fornitori.</p> <p>Contenimento dei costi e riallocazione del budget disponibile.</p> <p>Collaborazione e dialogo con gli enti preposti allo sviluppo e all'implementazione delle nuove tasse. Piani collaborazione con pari aziende nel settore.</p> <p>Attenzione alla gestione del credito per minimizzare situazioni di insolubilità da parte di clienti rilevanti.</p>	<p>Approvvigionamento Sostenibile</p> <p>Generazione e condivisione del valore, non solo in forme dirette di business ma anche in via indiretta (energia alternativa, welfare, riciclo e cultura della sostenibilità)</p>
<p>Riciclo delle confezioni</p>	<p>Implementazione delle nuove normative europee in termini di gestione e riciclo dei rifiuti e sul refillable.</p>	<p>Implementazione di nuove tecnologie e procedure con aumento dei costi e complessità di processo.</p>	<p>Confronto con le associazioni di categoria e le Autorità per evidenziare il contributo dell'Azienda in tema di sostenibilità ambientale</p>	<p>Packaging e gestione dei rifiuti</p> <p>Generazione e condivisione di valore</p> <p>Innovazione</p>
<p>Procedure di Qualità per i nuovi prodotti</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>



2 Ambiente





La nostra missione per l'ambiente

Gli effetti dell'attività umana sull'ambiente e sul clima sono sempre più evidenti. Da tempo abbiamo intrapreso un percorso che vede l'azienda impegnata nel promuovere soluzioni in grado di ridurre l'impatto delle nostre attività sull'ambiente.

La **Missione Refresh**, che recepisce le politiche ambientali del Gruppo Coca-Cola HBC, indica gli obiettivi da raggiungere e copre tutta la catena del valore: passa per i processi produttivi - 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 - fino alla distribuzione.

UN IMPEGNO CONDIVISO

Per rispondere alle sfide ambientali abbiamo ripensato al nostro **modello di business in ottica di circolarità**, coinvolgendo 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.

LA GESTIONE DEGLI ASPETTI AMBIENTALI È REGOLATA DA SPECIFICHE

Policy di Gruppo

Politica ambientale

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

Gestione responsabile delle acque

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

Policy in tema di cambiamenti climatici

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

Gestione e riciclo degli imballaggi a fine vita

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

Dichiarazione sulla biodiversità

Ottenere un impatto netto positivo sulla biodiversità nelle aree interessate dalle nostre attività e dalla nostra catena di fornitura, con un impegno particolare nell'eliminazione della deforestazione e in una gestione forestale sostenibile.

Principi per l'agricoltura sostenibile

Collaborare con i nostri fornitori per garantire che tutti gli ingredienti agricoli provengano da fonti sostenibili, nel rispetto dei requisiti relativi ai Diritti Umani e ai diritti del lavoro, alla salvaguardia dell'ambiente e degli ecosistemi, ai sistemi di gestione delle aziende agricole.



L'origine delle nostre bevande

Negli anni ci siamo orientati verso un approvvigionamento sostenibile delle materie prime, promuovendo percorsi di innovazione con i fornitori, investendo in nuove tecnologie e condividendo strumenti e conoscenze.

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.

Stabilimento di Oricola (AQ)



Per le bibite Lurisia nel 2024 abbiamo investito nel sostegno della filiera locale, siglando un accordo con Italia Zuccheri-Co-prob per **coprire il 100% del fabbisogno di zucchero** necessario alla produzione delle bibite premium del marchio, come chinotti, gazzose, acque toniche, aranciate e limonate.

Unica filiera corta dello zucchero italiano, Italia Zuccheri-Co-prob rappresenta una cooperativa di **7.000 aziende** agricole (di cui 4.000 associate alla cooperativa) presenti sul territorio nazionale, che gestiscono l'approvvigionamento della materia prima da agricoltura sostenibile certificata e da filiera corta.

BASI SOLIDE PER UNA CATENA DI FORNITURA SOSTENIBILE

La selezione dei nostri fornitori si basa su un'attenta **valutazione delle loro performance ambientali e sociali**. I rapporti con i fornitori sono disciplinati dai Principi Guida di rispetto ambientale, sociale, dei diritti umani e delle leggi sul lavoro. Oltre ai nostri **Principi Guida**, i fornitori devono essere conformi a:

- le leggi locali, nazionali ed europee;
- il D.Lgs. 231/2001;
- le 8 Convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro;
- il Codice di Comportamento negli Affari della Società.⁸

In base alla tipologia di fornitura, i fornitori possono essere chiamati a condividere periodicamente la documentazione attestante la regolare retribuzione e contribuzione verso i dipendenti.

NUMERO DI FORNITORI PER TIPOLOGIA

	2023	2024 ⁷	2025
T&S e Ricambi	205	268	268
Materie prime	92	98	81
Trasporti	116	140	129
Marketing e servizi	692	765	721

NUMERO DI FORNITORI PER AREA

	2023	2024 ⁷	2025
Nord	639	755	704
Centro	120	132	120
Sud	133	122	145
Estero	213	262	230

7. I dati pubblicati nel documento 2023 sono stati riesposti a seguito di un affinamento della metodologia di calcolo. Nel dato presentato nel Rapporto di Sostenibilità 2023 erano stati annoverati anche i fornitori della società Acque Minerali S.r.l. esclusa dal perimetro di rendicontazione del presente Rapporto di Sostenibilità

8. Le società pubbliche o a partecipazione pubblica, oppure le aziende che forniscono un servizio pubblico, sono escluse dall'attività di due diligence (ad es. le società di fornitura energetica). Le agenzie immobiliari per gli affitti ai dipendenti sono escluse, considerando la tipologia del rapporto, la natura occasionale e gli importi ridotti. Sono esclusi dall'ambito delle attività di due diligence, tenuto conto sia dei controlli a monte sia dei registri e delle autorità professionali competenti: Notai; Avvocati; Big Four (Big4)



Per ridurre le emissioni di CO₂ in tutta la filiera produttiva, in fase di selezione valutiamo le fonti di approvvigionamento e le politiche energetiche adottate dal fornitore. Privilegiamo i partner in grado di ottimizzare le distanze e che si dimostrano attenti alle politiche di alleggerimento dei materiali. Tra i vari sistemi di monitoraggio, come Coca-Cola HBC, abbiamo adottato le piattaforme **EcoVadis**, **Ecovadis IQ Plus** ed **Exiger**.

EcoVadis è una piattaforma collaborativa che valuta la sostenibilità delle aziende in base a criteri ambientali, sociali e di governance. Offre valutazioni di sostenibilità, strumenti di miglioramento e supporto per le aziende che desiderano rinforzare le loro pratiche di sostenibilità e quelle dei loro fornitori. Nel 2025 abbiamo integrato anche **EcoVadis IQ Plus**, con il nuovo questionario digitale "Vitals": rapido e gratuito per le aziende, consente di ottenere un'analisi immediata delle principali lacune rispetto ai requisiti normativi, oltre a una mappatura dei rischi di sostenibilità, inclusi quelli ambientali, sociali ed etici.

Nel corso del 2025 abbiamo lavorato attivamente per migliorare gli score di sostenibilità dei fornitori registrati su EcoVadis. La piattaforma, infatti, permette ai fornitori stessi di individuare azioni correttive mirate al miglioramento delle proprie performance. L'iscrizione al portale EcoVadis rappresenta inoltre un elemento qualificante anche in fase di scouting: già in sede di gara, l'adesione alla piattaforma è un requisito fondamentale per l'aggiudicatario.

Parallelamente, organizziamo ogni anno sessioni di formazione dedicate ai fornitori per rafforzare la cultura della sostenibilità su temi quali "Labor Practices & Human Rights", "Navigating Carbon & GHG Emissions" e "Introduction to Sustainability & Driving Improvement", con l'obiettivo di promuovere un miglioramento continuo e condiviso lungo tutta la catena del valore.



EXIGER: è una piattaforma che effettua la due diligence in ambito anticorruzione e fornisce strumenti avanzati a riguardo grazie alla tecnologia Data-Driven Intelligence (Query/Platform), una soluzione basata su AI progettata per:

- automatizzare la raccolta e l'analisi di informazioni su vendor, partner e controparti commerciali;
- aumentare la visibilità su potenziali rischi reputazionali, normativi e criminali;
- produrre insight rapidi e affidabili per decisioni di onboarding e monitoraggio continuo.

Aggiornamento del processo 231:

Nel 2025 abbiamo aggiornato il processo attraverso cui l'azienda applica il D.Lgs. 231/2001, con l'obiettivo di prevenire i reati nelle aree aziendali a rischio, ridurre o evitare le sanzioni a carico dell'ente, rafforzare controlli, trasparenza e tracciabilità, e tutelare la reputazione e l'affidabilità dell'organizzazione. Il nuovo processo ci consente di avere un pieno controllo e monitoraggio dei fornitori, centralizzando in un unico archivio digitale tutte le loro dichiarazioni e permettendo una verifica periodica biennale o quinquennale, in base al livello di rischio dell'impresa.



Una produzione responsabile

Nella produzione delle nostre bevande ci prendiamo cura della risorsa idrica, della sostenibilità energetica e della sicurezza alimentare.

L'acqua trattata e raffreddata si trasforma in sciroppo semplice con l'aggiunta di zucchero o dolcificanti senza calorie, preparato in appositi serbatoi e successivamente filtrato per rimuovere eventuali impurità. Una volta mescolato al "concentrato" o ai "preparati base" che servono alla preparazione delle bibite, diventa "sciroppo finito", e l'aggiunta di anidride carbonica conferisce la nota frizzante. A questo punto la bibita è pronta per l'imbottigliamento. Sono processi produttivi sui quali l'azienda pone la più **elevata attenzione nel massimizzare l'efficienza energetica ed idrica**, in linea con la strategia del Gruppo Coca-Cola HBC.





CONTROLLARE E RIDURRE LE EMISSIONI

Anche nel 2025 è confermato l'**ottenimento della certificazione ISO 5001:2018** per il sistema di gestione dell'energia. Gli stabilimenti di Nogara, Oricola, Marcianise e Rionero, ovvero tutti i nostri impianti di produzione di bibite, lisce e gasate, e lo stabilimento di imbottigliamento di acqua di Fonti del Vulture hanno **confermato la certificazione ISO 5001:2018**.

Gli stabilimenti produttivi di Nogara, Oricola e Marcianise sono dotati di impianti fotovoltaici. I siti di Oricola e Marcianise presentano anche degli impianti di trigenerazione, in grado di produrre allo stesso tempo energia elettrica ed energia termica calda e fredda, mentre a Nogara è installato un impianto di quadrigenerazione, in grado di **soddisfare il 100% del fabbisogno di CO₂ alimentare** per la produzione di bevande dello stabilimento. Questa scelta contribuisce a ridurre i costi di fornitura, i consumi di energia primaria e, di conseguenza, le emissioni derivanti. A fronte di un incremento in termini assoluti di consumi energetici e delle emissioni dirette ed indirette dovuto all'aumento dei volumi di produzione, nel 2025 abbiamo registrato un miglioramento significativo del nostro impatto in termini di energia utilizzata per litro di bevanda prodotto, che internamente è definito energy usage ratio (EUR). In particolare, tutti gli stabilimenti di produzione, inclusi i due stabilimenti di acqua Lurisia e Fonti del Vulture, hanno ridotto il loro ratio rispetto al 2024 per portare ad una riduzione complessiva di Coca-Cola HBC Italia del 4%. Questo miglioramento si inserisce nel nostro percorso di riduzione dei consumi energetici grazie a investimenti mirati e iniziative di ottimizzazione che risultano anche in riduzione delle nostre emissioni dirette in linea con la strategia NetZero40.



MUOVERSI 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**⁹.

I NOSTRI RISULTATI DEL 2025

26,57 gCO₂ /LBP
intensità di emissione Scope 1 e Scope 2
market based registrata nel 2025 (**calo del 39% vs 2010**)

il **100%**
dell'energia elettrica

acquistata da rete direttamente da Coca-Cola HBC Italia per i propri stabilimenti, proviene da fonti rinnovabili¹⁰, **certificata dalla Garanzia di Origine (GO)**¹¹

il **68%**
dell'energia totale

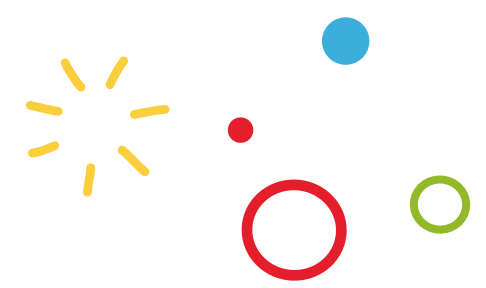
utilizzata nel 2025 proviene da **fonti rinnovabili e pulite**¹²

9. Ulteriori approfondimenti nel paragrafo "Una distribuzione sostenibile"

10. Sono esclusi dai consumi di energia elettrica rinnovabile (acquistata dalla rete e certificata GO) quelli relativi alla sede di Sesto San Giovanni (MI), il cui acquisto non è gestito direttamente da Coca-Cola HBC Italia, e che rappresentano l'1,5% degli acquisti di energia elettrica

11. 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

12. 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



NetZero40

Prosegue il percorso del Gruppo Coca-Cola HBC verso la decarbonizzazione. L'aggiornamento dei criteri SBTi è stato per noi lo spunto per alzare le ambizioni e porci obiettivi ancora più sfidanti, in particolare per quanto riguarda l'impatto climatico della nostra catena del valore. Se gli obiettivi di riduzione delle emissioni di Scope 1 e 2 restano allineati alla traiettoria di 1,5°C, il target di contenimento delle emissioni di Scope 3 è stato modificato da "2°C" a "well below 2°C" con componenti a 1,5°C.

Questo ha comportato nel corso del 2025 una revisione significativa dell'inventario emissivo di tutto il Gruppo Coca-Cola HBC, ridefinendo il quadro metodologico con cui l'azienda misura i propri progressi attraverso una nuova baseline¹³, nuovi obiettivi di riduzione dell'impronta carbonica e l'aggiunta di tre categorie emmissive nel calcolo dello Scope 3¹⁴.

Un quadro che si inserisce all'interno della mission NetZero40, il programma di Coca-Cola HBC con cui ci impegniamo a raggiungere zero emissioni nette lungo l'intera catena del valore entro il 2040.

13. Da 2017 a 2019

14. Le tre categorie sono: l'upstream (produzione e trasporto) dell'energia che utilizziamo, l'End of Life (emissioni legate alla raccolta, al trasporto e al trattamento) dei nostri imballaggi dopo l'uso e la categoria FLAG (Field, Land and Agriculture) con cui andiamo a contabilizzare anche le emissioni legate a foreste, uso del suolo e agricoltura. Aspetti particolarmente rilevanti per la parte dei nostri ingredienti e packaging

Il percorso prevede:

250 milioni di euro di investimenti a livello di Gruppo entro il 2025 in iniziative di riduzione delle emissioni;

un continuo processo di innovazione

per la decarbonizzazione delle nostre operazioni dirette, utilizzando al **100% elettricità rinnovabile** e fonti energetiche a basse emissioni di carbonio;

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 la **decarbonizzazione della flotta auto**.





INNOVARE PER PROCESSI PRODUTTIVI PIÙ EFFICIENTI

Guidati dalla strategia di Gruppo, anche nel 2025 abbiamo investito in nuovi macchinari come chiller e linee di produzione tecnologicamente avanzate, in grado di garantire risparmi energetici, idrici, di aria compressa e di emissioni di CO₂.

Di seguito i principali interventi:

Efficientamento nel consumo di CO₂

Grazie a una modifica tecnica implementata nel 2025 a Nogara, le riempitrici possono ora utilizzare l'aria anziché la CO₂ per la compressione. Questo cambiamento garantisce un risparmio stimato di CO₂ del 4% a settimana, segnando un passo avanti verso una produzione più sostenibile. Il passaggio definitivo al nuovo sistema avverrà nel 2026, a valle della fase di validazione.

Efficientamento dei sistemi di illuminazione

Nelle aree di produzione e nei magazzini di Oricola, Marcianise e Nogara sono stati **sostituiti i sistemi di illuminazione obsoleti** con l'installazione di sistemi LED ad alta efficienza e nuovi punti luce.

Nuova sciacquatrice lattine

Presso il sito produttivo di Nogara abbiamo installato un nuovo sistema di risciacquo delle lattine, che rispetto alla precedente tecnologia consente di **risparmiare una stima di 3.000 m³ d'acqua all'anno**.

Nuova linea aseptica ad alta efficienza

Presso lo stabilimento di Nogara, una delle linee di produzione per Fuzetea e Powerade è stata sostituita da una nuova **linea aseptica di ultima generazione**. Questa innovazione stima di abbattere i consumi di acqua e vapore del **25%**.

Il sistema sfrutta la tecnologia dell'**H₂O₂ vaporizzato**, con dosaggio controllato tramite flussi di aria e liquido, garantendo una sterilizzazione integrale (interna ed esterna). L'adozione del trattamento a secco delle preforme offre tre vantaggi chiave:

- **efficienza:** drastica riduzione delle risorse idriche ed energetiche utilizzate;
- **design compatto:** ottimizzazione degli spazi in fabbrica;
- **sgrammatura:** supporto alla riduzione della plastica delle bottiglie.

Refrigerazione a Levitazione Magnetica

Per il sito di Marcianise, abbiamo pianificato l'installazione di un **chiller con compressori a levitazione magnetica**. Il nuovo impianto sostituirà il precedente sistema ad ammoniaca, garantendo un miglioramento dell'efficienza globale del **50%** e un miglioramento stimato in **1.230 MWh/anno**. L'assenza di contatto meccanico tra le parti in movimento elimina l'attrito e l'uso di lubrificanti (oil-free), traducendosi in maggiore silenziosità e minori costi di manutenzione. La dismissione del vecchio chiller ad ammoniaca rappresenta un significativo passo avanti anche nella **gestione dei rischi legati alla sicurezza dei lavoratori e alla tutela dell'ambiente**. L'eliminazione di tale sostanza azzerà i pericoli legati alla sua elevata tossicità (irritante per le vie respiratorie) e alla sua potenziale **infiammabilità** in miscela con l'aria, garantendo un ambiente di lavoro più sicuro per i nostri collaboratori.



IL VALORE DELL'ACQUA

L'acqua è alla base delle nostre bevande: ne determina la qualità e la sicurezza oltre a essere necessaria per la coltivazione degli ingredienti di origine agricola che utilizziamo. Per questo motivo, l'acqua utilizzata nei processi produttivi è sottoposta a speciali trattamenti che ne assicurano la sicurezza microbiologica e la corretta concentrazione di sali naturalmente disciolti, secondo le precise caratteristiche organolettiche.

Conosciamo bene il suo valore e per questo, 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. Inoltre, a concludere il ciclo dell'acqua nelle nostre fabbriche, trattiamo il 100% delle acque reflue che derivano dalle attività produttive prima di restituirle al territorio.

Ad ulteriore conferma di questo impegno, nel 2025 abbiamo continuato diversi tavoli di discussione e progetti con gli stakeholder locali, come il progetto AFI di Nogara, per **rafforzare e condividere l'impegno nella protezione dei bacini idrici** da cui attingiamo.

Trattiamo il **100%** delle acque reflue che derivano dalle **attività produttive**
1,69L/LBP intensità idrica¹⁵

15. Litri di acqua utilizzata nei siti di imbottigliamento ad esclusione del quantitativo che torna alla falda senza subire trattamenti, rapportata ai litri di produzione





Certificazioni

A partire dal 2024 tutto il Gruppo Coca-Cola HBC ha deciso di aderire allo standard di certificazione volontaria UNI ISO 46001:2021 per la gestione della risorsa idrica, sostituendo la precedente certificazione AWS (Alliance for Water Stewardship). La norma UNI ISO 46001:2021 identifica i requisiti e fornisce una guida solida per implementare e mantenere i sistemi di gestione dell'efficienza idrica. Inoltre, essendo parte del sistema internazionale ISO (International Organization for Standardization), la più autorevole organizzazione a livello mondiale di normazione, **questa certificazione risulta tra le più valide all'interno del panorama internazionale** ed è riconosciuta a livello globale da tutti gli stakeholder. Tutte le nostre fabbriche di produzione di bibite e acqua a Nogara, Marcianise, Oricola e Lurisia e la fabbrica di Fonti del Vulture a Rionero del Vulture (PZ) hanno ottenuto la certificazione nel 2025.

I water champions

A Marcianise, Oricola, Nogara e Rionero in Vulture abbiamo individuato i "water teams", gruppi composti da almeno tre persone incaricate di **garantire un approvvigionamento d'acqua responsabile**, monitorare i consumi e identificare al contempo progetti per il risparmio della risorsa. 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.



Progetto AFI a Nogara

Nonostante lo standard di certificazione ISO 46001 (Water Efficiency Management Systems) a cui tutto il Gruppo aderisce volontariamente dal 2024 non imponga la realizzazione di iniziative comunitarie nei bacini idrografici, in linea con l'approccio portato avanti negli anni in conformità con lo standard AWS e in linea con le nostre policy di water stewardship, abbiamo continuato a svolgere attività per favorire un processo inclusivo con gli stakeholder, azioni di coinvolgimento delle comunità locali e iniziative di azione collettiva per affrontare le sfide idriche condivise.

Un importante esempio di queste attività è il progetto AFI avviato nel bacino idrografico su cui insiste lo stabilimento di Nogara in collaborazione con il Consorzio di Bonifica Veronese, ente preposto alla gestione delle opere idrauliche e irrigue nel territorio della pianura veronese, con cui abbiamo avviato una collaborazione decennale finalizzata alla realizzazione di un'area forestale di infiltrazione (AFI) nella zona di Alpo (VR). L'obiettivo comune è **favorire l'immissione di acqua nella falda acquifera superficiale** per rivitalizzare l'intero sistema delle risorgive e allo stesso tempo compensare la quantità di acqua estratta annualmente dallo stabilimento di Nogara che, tuttavia, per la propria attività produttiva, è dotato di una concessione regionale per attingere da pozzi che non hanno alcuna influenza sulle forniture destinate al territorio. Le Aree Forestali di infiltrazione sono dei terreni agricoli situati in aree di alta pianura caratterizzati da suoli particolarmente permeabili, allestiti con una rete di canali disposti a pettine, alternati a filari di alberi e arbusti, nell'ambito dei quali viene fatta defluire una portata continua di acqua prelevata da fonti esterne, con lo scopo di facilitarne l'infiltrazione nella falda freatica, più vicine alla superficie che alimentano pozzi o sorgenti. Le AFI, oltre alla rico-



stituzione del patrimonio idrico sotterraneo, consentono, attraverso le piante, la riduzione di CO₂ in atmosfera, il miglioramento del paesaggio e l'incremento della biodiversità. L'AFI oggetto dell'accordo occupa un'area di circa **15.000 m²** di proprietà del Consorzio di Bonifica Veronese. Il terreno risulta servito dalle strutture irrigue consortili attualmente operative nel solo periodo estivo e in tale situazione consente di infiltrare nel suolo in un anno circa 800.000 m³ di acqua derivante dal fiume Adige, che altrimenti defluirebbe a valle senza benefici per la comunità. In questo modo, la fabbrica di Nogara dovrebbe essere già in grado di **compensare il 100% dell'acqua emunta e non reimpressa nei corsi idrici**. Tuttavia, con l'obiettivo di usare l'AFI al massimo della sua capacità a beneficio del territorio, sarà richiesta alla Regione Veneto la concessione di derivazione anche in periodo invernale per immissione di acqua in falda. Ciò permetterà di arrivare a un volume complessivo annuo infiltrabile di 1,5 milioni di m³, una quantità di acqua che compensa ampiamente i volumi estratti in dodici mesi dallo stabilimento Coca-Cola HBC Italia di Nogara.

La cura della biodiversità

La conservazione e la tutela degli ecosistemi è un aspetto fondamentale per la crescita sostenibile della nostra attività nel lungo periodo e per garantire il benessere delle generazioni future. Gli habitat naturali sono essenziali per la vita, poiché custodiscono la biodiversità e forniscono servizi ecosistemici fondamentali.

Per questo ci impegniamo a salvaguardare e migliorare la biodiversità, riducendo le emissioni climalteranti e il consumo idrico, preservando e ripristinando i bacini idrici e approvvigionandoci di ingredienti agricoli in modo sostenibile. Vogliamo lasciare la natura in uno stato migliore di quello in cui l'abbiamo trovata, con particolare riguardo per le nostre principali aree di approvvigionamento e ope-

orative. Il nostro obiettivo è ottenere un impatto netto positivo sulla biodiversità nelle aree in cui si sviluppano le nostre attività operative e della nostra catena di approvvigionamento entro il 2040.

Promuoviamo una gestione forestale sostenibile e contribuiamo alla protezione dei boschi dalla deforestazione e dal disboscamento illegale. Non vengono avviate nuove attività di imbottigliamento all'interno o in prossimità di siti che sono Patrimonio dell'Umanità, aree protette dall'International Union for Conservation of Nature (IUCN), dal programma UNESCO Man and the Biosphere (MAB) o in siti che ospitano una biodiversità di importanza globale o nazionale. Se un'attività o una struttura è già situata all'interno o in prossimità di aree di rilevanza sotto l'aspetto della biodiversità, applichiamo il protocollo di mitigazione: evitare, ridurre al minimo, ripristinare, compensare.

Per tutte le nostre attività abbiamo condotto una revisione nell'ambito della nostra Valutazione della Vulnerabilità delle Fonti (SVA) e rendiamo conto in modo trasparente del numero di siti adiacenti o situati in aree più rilevanti per la biodiversità. Per tutti questi siti a livello di Gruppo svolgiamo il *Biodiversity Impact & Risk Assessment*, che nel 2025 non ha rilevato impatti negativi sulla biodiversità, e disponiamo di piani dettagliati di protezione della biodiversità.

Il nostro stabilimento di Rionero a tutela della biodiversità

Secondo uno studio volto a verificare il grado di biodiversità all'interno dello stabilimento di Rionero, nell'area attorno al sito e nel bacino idrico di riferimento, **l'87% della superficie dello stabilimento è adibito ad area verde** dove sono ospitate piantumazioni di alberi decorativi e da frutto, i quali rendono l'ambiente interessante come potenziale area di attrazione di sviluppo della fauna locale.





Progetto Boscaja

Presso lo stabilimento di Nogara abbiamo anche aderito al Progetto Boscaja, promosso dal comitato "MAG per la solidarietà sociale ed ambientale - ONLUS" assieme ad un gruppo di realtà agricole e sociali locali. Il progetto ha come obiettivo **preservare il benessere del territorio e contribuire a mitigare i danni del cambiamento climatico** attraverso progetti di piantumazione e rimboschimento, favorendo la regimazione delle acque superficiali, la mitigazione del microclima locale e la biodiversità. Il nostro contributo consiste nell'adottare, **rimboschire e mantenere per 10 anni una superficie di circa 8.000 m²**, in un'area limitrofa al Fiume Tartaro.

Il progetto ha lo scopo di generare un processo virtuoso dal punto di vista ambientale attraverso la riqualificazione e valorizzazione di un'area naturalistica di per sé importante anche in termini sociali ed economici. Dal punto di vista ambientale e paesaggistico la presenza di questo bosco garantisce infatti vari servizi ecosistemici, tra i quali:

- fungere da corridoio ecologico per la fauna e divenire isola verde per specie migratorie o stanziali;
- generare un effetto mitigante a livello di microclima;
- favorire il fissaggio del carbonio, soprattutto in fase di crescita dei boschi;
- favorire l'aumento della biodiversità;
- favorire la regimazione delle acque superficiali;
- ripristinare l'equilibrio naturale;
- aumentare la bellezza e la salubrità del territorio.



Stabilimento di Fonte del Vulture (PZ)

Dal punto di vista socioculturale l'area, limitrofa al centro storico del paese e adiacente alla sponda del Fiume Tartaro, risulta facilmente raggiungibile e fruibile dai cittadini per passeggiate, jogging, gravel bike lungo le strade sterrate esistenti e come zona di pesca sulle rive del corso d'acqua.

Terminata la fase di piantumazione a fine 2024 e resa fruibile l'area alla comunità locale, il nostro impegno prosegue con la cura delle specie arboree selezionate, affinché possano svilupparsi e favorire il miglioramento degli impatti ambientali legati alla risorsa idrica, al microclima e alla biodiversità.

SETE DI QUALITÀ

La qualità è il nostro biglietto da visita. La sicurezza alimentare e il mantenimento dei più elevati standard di qualità dei prodotti sono punti fermi del nostro business. Dal 2022 tutti i processi produttivi del Gruppo Coca-Cola HBC hanno superato gli audit di certificazione volontaria di qualità **ISO 9001**.



Tutti gli stabilimenti sono
certificati **FSSC 22000**



Zero is possible

La sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti sono al centro delle attività produttive e insite nella nostra cultura aziendale che va oltre al semplice rispetto delle norme e dei sistemi di gestione: **vogliamo garantire la sicurezza dei nostri prodotti lungo tutta la filiera produttiva, dalla qualità delle materie prime fino all'acquisto nel punto vendita.** Gli elevati standard di qualità che contraddistinguono i nostri prodotti sono assicurati anche attraverso controlli in loco presso i fornitori, negli esercizi pubblici e nei punti vendita che commercializzano i nostri prodotti. Alla base di ogni attività vige un **principio di tolleranza zero verso le inadempienze in tema di sicurezza e qualità alimentare.** In questo percorso l'innovazione rappresenta una leva strategica: innovare ci permette di intervenire sull'efficacia e l'efficienza di processi produttivi già rodati, ma è anche l'occasione per pensare a nuove procedure che possano meglio garantire la qualità delle nostre bevande.

Al fine di mantenere sempre elevata la nostra attenzione sulle tematiche di sicurezza alimentare e valutazione dei rischi dei nostri processi nel 2025 con i reparti qualità di tutti gli stabilimenti italiani abbiamo eseguito un **workshop face to face** al fine di rivedere e confrontare gli studi di autocontrollo per la sicurezza alimentare, HACCP, strumento che serve a identificare, prevenire e monitorare i rischi di contaminazione (biologici, chimici e fisici) durante tutte le fasi di produzione, manipolazione e conservazione.

La calibrazione tra stabilimenti ha consentito di rivedere in maniera critica la valutazione dei rischi che ha portato come risultato una **maggior consapevolezza delle persone dello shop floor** coinvolte nella catena di monitoraggio.





Le competenze dei dipendenti Coca-Cola HBC Italia sono indispensabili per presidiare gli aspetti di qualità, sicurezza e ambiente: dal 2007 l'azienda organizza, all'interno dei propri stabilimenti, il **Total Quality Day**, una giornata in cui la produzione è sospesa per dare spazio a momenti di formazione sul controllo delle materie prime e degli standard qualitativi nei processi produttivi, la gestione sostenibile dei rifiuti e i temi legati alla sicurezza, nonché le procedure d'emergenza in caso di incendio e il primo soccorso.

Nel 2025 abbiamo celebrato il World Food Safety Day attraverso una campagna di sensibilizzazione per enfatizzare il ruolo essenziale che la scienza svolge nella produzione di bibite di alta qualità e dall'ottimo sapore, di cui i nostri consumatori si fidano e che amano. In occasione della Settimana della qualità, incentrata sul tema Quality think differently, ovvero un invito a partecipare e a reinventare il modo in cui trattiamo il tema della qualità, non solo come standard da soddisfare, ma come mentalità da seguire, **tutti gli stabilimenti hanno dedicato tempo di formazione in materia di temi legati alla sicurezza alimentare.**

L'investimento nelle competenze di qualità e sicurezza alimentare è stato ulteriormente rinnovato nel 2022 con l'inaugurazione della **Quality Academy Advanced**. Nel 2025 abbiamo formato 710 persone in formazione per qualità e sicurezza alimentare, per un totale di 2.580 ore di formazione erogate, coinvolgendo anche i principali stakeholder che intercettiamo attraverso le nostre attività di vendita, logistica e produzione per promuovere lungo tutta la catena del valore una maggior consapevolezza riguardo la sicurezza alimentare, la qualità dei prodotti e delle innovazioni apportate.

Oltre a una costante formazione dei nostri collaboratori, grazie al controllo digitale dei parametri di processo, è possibile ridurre ulteriormente la probabilità di potenziali difetti e abilitare la gestione predittiva. Tutto questo, affiancato a un continuo **ascolto dei nostri consumatori**, contribuisce ad alimentare il nostro sistema di raccolta e gestione dei reclami. Nel 2025 è stato instaurato un processo di riunioni mensili di confronto tra commerciali e stabilimento di Lurisia sulle tematiche legate alla qualità: l'obiettivo è gestire in maniera efficiente e veloce le segnalazioni di qualità ricevute dai clienti e sensibilizzare il team commerciale sulle caratteristiche dei prodotti Lurisia e sulle azioni che gli stessi clienti possono mettere in campo per evitare problematiche qualitative.

Nel 2025 è stato raggiunto un risultato di 0,18 cpm¹⁶, con una riduzione di 0.06pp rispetto al 2024.

710 persone formate in **sicurezza alimentare** nel 2025 per un totale di **2.580 ore di formazione** erogate coinvolgendo anche i principali stakeholder

16. Complaints Per Milion: numero di reclami per milione di unità di prodotto vendute.



Progetto pilota Qualità 4.0 verso la Smart Factory

Dal 2022 il progetto Qualità 4.0 verso la Smart Factory 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. Il progetto pilota Qualità 4.0, inoltre, permette la conoscenza delle tecnologie e delle soluzioni disponibili adottate da altri imbottiglieri, ispirando la nostra crescita digitale. Nell'ambito del percorso di digitalizzazione, gli stabilimenti di Oricola, Marcianise e Nogara rappresentano modelli di riferimento all'interno del Gruppo: il progetto ha portato installazioni di ispettori a 360° per la corretta applicazione dei tappi nel plant di Oricola e implementazione di programmi SPC e SAP QM¹⁷ che aiutano l'analisi dei dati di processo presso lo stabilimento Lurisia.

Una tracciabilità garantita lungo la filiera

Ogni anno testiamo il nostro sistema di tracciabilità, con diversi esercizi di simulazione, al fine di verificare la maturità dei sistemi nel ricostruire la storia dei prodotti lungo la filiera, sia a monte che a valle. Questo ci permette di essere pronti e reattivi in caso di problematiche legate alla qualità e sicurezza alimentare dei prodotti sul mercato. Per testare l'efficacia dei sistemi di tracciabilità, nel 2025 abbiamo coinvolto Finiper, cliente leader nella catena degli ipermercati, in una simulazione di notifica di una problematica legata ai nostri prodotti e verificare la rapidità del cliente nel raccogliere le informazioni legate alla distribuzione nelle loro sedi. L'obiettivo del test è eseguire una tracciabilità end to end, includendo anche la distribuzione sul mercato. L'esercizio ci ha portato a rafforzare la conoscenza dei processi e dei flussi per garantire la corretta gestione della tracciabilità in caso di eventi critici.

17. Statistical Process Control. SAP QM è il modulo di Quality Management dell'applicativo SAP





Le vite del packaging

LE NOSTRE STRATEGIE PER LA CIRCOLARITÀ

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

Promuoviamo continui investimenti per l'innovazione del packaging, attraverso collaborazioni con le università per individuare materiali alternativi, studiando soluzioni in grado di ridurre il peso degli imballaggi e pianificando investimenti per ottimizzare costantemente le tecnologie utilizzate negli stabilimenti. Inoltre, prosegue l'impegno dell'azienda in attività di ricerca e sviluppo per identificare nuove soluzioni che permettano di ridurre e ottimizzare il peso e il volume degli imballaggi.



DA RIFIUTO A RISORSA

Tutte le nostre bottiglie e lattine sono riciclabili e, se smaltite correttamente, possono tornare a essere nuove bottiglie e nuove lattine, e contribuire a ridurre l'impiego di materie prime e le emissioni di CO₂. **Siamo impegnati in attività di innovazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori** per promuovere il ciclo dei prodotti post consumo, favorendo l'economia circolare¹⁸. Diamo poi nuova vita ai materiali riciclati, trasformando la plastica in nuove preforme - destinate a contenere le nostre bibite - all'interno dello stabilimento di Gaglianico.

99,93%
di rifiuti

da processi di imbottigliamento destinati al riciclo, avvicinandoci allo "Zero Landfill"¹⁹

Tutte le bottiglie

delle bibite a marchio the Coca-Cola Company sono state prodotte con **plastica riciclata (rPET) al 100%**

ad esclusione del tappo e dell'etichetta, provenienti dallo **stabilimento CCHCP di Gaglianico** dedicato alla produzione di preforme in plastica riciclata

18. Ulteriori approfondimenti nel paragrafo "Formazione e Sensibilizzazione"

19. Zero Landfill, vale a dire nessun rifiuto dirottato in discarica ed escluso dai processi di riciclo o recupero



PACKAGING PRIMARIO

Utilizzo di plastica riciclata (rPET)

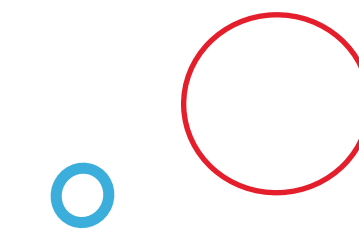
Utilizziamo il PET (polietilene tereftalato) per le nostre bottiglie, materiale riciclabile più volte: le bottiglie in PET, se correttamente conferite dopo l'utilizzo, possono trasformarsi in plastica riciclata (rPET) e avere una seconda vita. Nel 2025 abbiamo continuato a **investire nella plastica riciclata e abbiamo introdotto questo materiale nobile anche nelle nostre bottiglie di acqua²⁰**. In particolare, le bottiglie di acqua da mezzo litro Lurisia Bolle e Stille sono 100% rPET, con resina prodotta internamente, mentre le bottiglie Lilia, Lilia frizzante e Sveva dello stesso formato ne contengono il 50%.

Per introdurre questi importanti cambiamenti nel corso del 2025 sono stati eseguiti rigidi protocolli di validazione in linea con i nostri standard interni e i requisiti internazionali di sicurezza alimentare, a partire dalla resina riciclata fino al prodotto finito.

Le bottiglie in rPET possono presentare delle colorazioni che differiscono dalla normale trasparenza delle preforme in PET vergine: questa è una caratteristica intrinseca del materiale riciclato e non influisce in alcun modo sulla qualità dell'imballaggio e dei nostri prodotti.

1.977 ton di CO₂
stimate evitate nel 2025 grazie all'introduzione di rPET
nelle bottiglie di acqua

20. Tappo ed etichetta esclusi





La fabbrica di Gaglianico

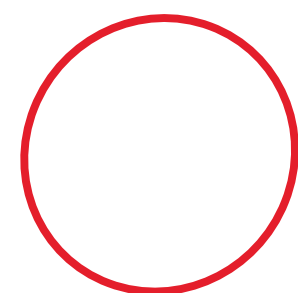
La fabbrica di Gaglianico di CCH CircularPET è un polo di eccellenza in innovazione e sostenibilità ambientale, con tecnologie pioniere in Europa. Da stabilimento di imbottigliamento dismesso è stato riconvertito in un impianto all'avanguardia per la lavorazione della plastica riciclata: si tratta di un importante passo avanti della strategia di sostenibilità di lungo termine di Coca-Cola HBC.

Infatti, con oltre **30 milioni di euro di investimento**, il maggiore in sostenibilità nella storia del Gruppo, il polo di Gaglianico è ora un innovativo impianto capace di trasformare fino a 30.000 tonnellate di PET all'anno in nuove bottiglie in 100% PET riciclato (rPET), ad esclusione del tappo e dell'etichetta, destinate a coprire la necessità di imbottigliamento delle bevande dell'azienda in Italia. Nel 2024, attraverso uno studio di Life Cycle Assessment (LCA) è stato calcolato il Supplier Specific Emission Factor (SSEF) che valorizza in termini di CO₂ l'impatto specifico della resina utilizzata nello stabilimento di Gaglianico per la produzione di preforme in rPET, e che **consente all'azienda di avere una rendicontazione più accurata delle emissioni**.

Il polo di Gaglianico è impianto capace di trasformare

30 mila ton di PET

all'anno in nuove bottiglie in 100% PET riciclato (rPET)



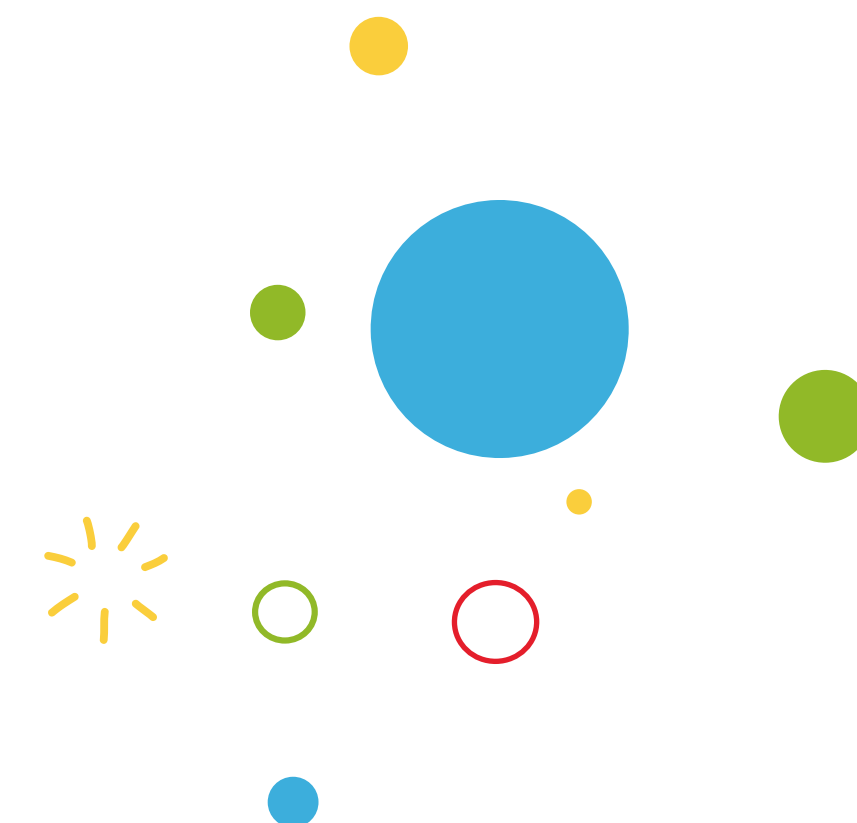
Come funziona il ciclo della plastica a Gaglianico.

- 1 **Raccolta bottiglie**
I consumatori conferiscono le bottiglie usate nella raccolta della plastica.
- 2 **Trasferimento**
Le bottiglie vengono inviate ai centri di selezione, separate per colore, compresse in balle e trasportate in un impianto di riciclaggio.
- 3 **Trasformazione**
Nell'impianto di riciclaggio, le bottiglie vengono trasformate in scaglie di PET e accuratamente pulite.
- 4 **Rigenerazione**
Le scaglie vengono portate a Gaglianico, dove vengono fuse, rigenerate e trasformate in resina, piccole sfere nuovamente idonee all'uso alimentare.
- 5 **Preforme in rPET**
Dalla resina si producono preforme in rPET (PET riciclato) dando nuova vita al materiale.
- 6 **Soffiatura**
Le preforme vengono spedite agli stabilimenti di Coca-Cola, dove vengono soffiate e trasformate in nuove bottiglie.



Grazie al via libera dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA), il sito²¹ di Gaglianico è autorizzato anche alla produzione della resina di PET riciclato. Infatti, le tecnologie all'avanguardia di cui dispone, permettono la trasformazione delle scaglie derivanti dal riciclo di bottiglie di plastica in resina di rPET, nuovamente adatta al contatto con gli alimenti.

La resina è quindi prodotta internamente e successivamente fusa per creare le preforme, le quali, tramite soffiatura, diventeranno **bottiglie in 100% PET riciclato**, tappo ed etichetta esclusi, negli stabilimenti produttivi. Nel 2025 lo stabilimento di Gaglianico ha ricevuto e superato la verifica organismo di certificazione per l'ottenimento della Certificazione UNI EN ISO 14001:2015 per i Sistemi di Gestione Ambientale (SGA).



21. Lo stabilimento di Gaglianico è stato incluso dalla Commissione europea nel registro dell'Unione europea per le nuove tecnologie, le aziende di riciclaggio, i processi di riciclaggio, i sistemi di riciclaggio e gli impianti di decontaminazione, secondo il nuovo regolamento 1616/2022". Per le principali tipologie di infortuni si rimanda alla sezione "Dati analitici - SALUTE E SICUREZZA - DIPENDENTI"



Sgrammatura

Anche nel 2025 abbiamo avviato progetti di sgrammatura dei nostri materiali di imballaggio con il fine di andare a migliorare il nostro impatto in termini di emissioni indirette. Una partnership strutturata con i nostri fornitori di imballaggi è la chiave per portare avanti programmi di eco-design e sgrammatura industrializzati, basati su dati primari e test di conformità, che riducono in modo sistematico materia prima e peso unitario. Ne deriva una diminuzione misurabile delle emissioni di CO₂ indirette e dei rifiuti.

La **sgrammatura, o lightweighting, infatti è la tecnica con cui riduciamo il packaging primario** per ottimizzare il peso e il volume degli imballaggi. Nel 2025 abbiamo lavorato alla sgrammatura delle lattine da 0,33L, passando da 9,3 a 9 grammi.

-3%

peso del contenitore
sul formato da **0,33L** delle lattine



RISULTATI SGRAMMATURA

Bottiglia in vetro	-20% (VS 2020) 1L a rendere	-35,5% (VS 2016) 0,33L a perdere
Lattine	-18,3% (VS 2009) 0,33L	-17% (VS 2023) 0,15L
Bottiglia in PET	-21,5% (VS 2007) 1,5L	-21,9% (VS 2007) 0,5 - 0,45L

Tethered cap

Già dal 2023, Coca-Cola ha esteso i tethered cap (i tappi uniti alla bottiglia) ai principali marchi del portafoglio e nel 2024 il **tappo tethered** è stato implementato anche nelle nostre bottiglie di acqua degli stabilimenti di Rionero e Roccaforte Mondovì, con l'obiettivo di semplificare la raccolta, il riciclo e ridurre la dispersione della plastica nell'ambiente. Un'innovazione che Coca-Cola ha implementato già nel 2021, anticipando le disposizioni relativamente alle chiusure degli imballaggi in plastica per bevande contenute nella Direttiva EU sulla Plastica Monouso (SUP), entrata in vigore a luglio 2024.

Pet trasparente

Il PET trasparente è più facilmente riciclabile rispetto a quello colorato: per questo motivo, dal 2022, **abbiamo rinunciato alle tradizionali colorazioni** arancio e verde per Fanta e Sprite.



Stabilimento di Marzianise (CE)

IL PACKAGING SECONDARIO E TERZIARIO

KeelClip™

KeelClip™ è l'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. Già dal 2024 il peso del pacco da 6 lattine da 0,15L è stato ridotto da 23gr a 21gr, per un risparmio annuo di 49 tonnellate di carta utilizzata.

Efficienza nei processi di smaltimento

Per migliorare l'efficienza dei processi di smaltimento degli imballaggi, nel 2025 sono stati conclusi i test per la **sostituzione del PETG con la poliolefina** nelle nostre etichette. Contrariamente al PETG, la poliolefina nel processo di smaltimento si separa dal PET, materiale di cui è fatta una bottiglietta in plastica, e galleggia, permettendo un risparmio all'anno di circa 8 tCO₂.

Film termoretraibile in PCR (Post Consumer Recycled)

Nel 2025 abbiamo continuato la sgrammatura anche al packaging secondario in plastica, ottimizzando lo spessore e il peso del film che utilizziamo per avvolgere i nostri prodotti. Il film che avvolge le casse della maggior parte del nostro portafoglio prodotti è stato sostituito già a partire dal 2024 da un film termoretraibile in plastica LDPE di ultima generazione, contenente il 50% di plastica proveniente da scarto post consumo (PCR Post Consumer Recycled), generando un beneficio significativo in termini di riduzione delle emissioni legate al packaging di circa 720 tCO₂/anno. Relativamente ai nastri plastici che avvolgono i nostri formati bi-pack, invece, nel 2025 abbiamo validato la conversione a un materiale termoretraibile contenente il 30% di plastica proveniente da scarto post consumo.



FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Per assicurarci che ogni confezione possa avere una nuova vita, attraverso un corretto conferimento dei consumatori nella raccolta differenziata, continuiamo a sostenere progetti educativi legati alla sensibilizzazione dei consumatori e dei dipendenti sul tema del riciclo e dell'economia circolare. Tra questi:

“Let’s talk about sustainability”

Giunto alla quinta edizione, l'appuntamento organizzato dai team Corporate Affairs & Sustainability e Quality, Safety & Environment ha come obiettivo formare i colleghi sui temi di sostenibilità ambientale e sociale, sia per quanto riguarda gli impegni di Coca-Cola HBC Italia sia per lo scenario legislativo in cui l'azienda si muove. Nel 2025 sono state coinvolte più di 550 persone nelle tre sessioni organizzate.



Meeting di Rimini

Al Meeting di Rimini 2025, in collaborazione con Consorzio Coripet, abbiamo promosso il riciclo delle bottiglie in PET attraverso attività interattive in **3 presidi fissi** e con un'iniziativa di raccolta itinerante all'interno della fiera per tutta la durata del Meeting, contribuendo al recupero di 13.000 bottiglie in PET. Continuiamo a perseguire il nostro impegno per sensibilizzare sulle pratiche quotidiane di sostenibilità che possono realmente contribuire alla tutela del Pianeta.

13.000 bottiglie
in PET recuperate

Con il CIAL... “ogni lattina vale”

Nel 2025 abbiamo proseguito a supportare le attività legate al progetto “Ogni Lattina Vale” del Consorzio Nazionale Imballaggi in Alluminio (CIAL), con l'obiettivo di promuovere la raccolta e il riciclo delle lattine in alluminio.

Ecocompattatori nelle nostre sedi

Per favorire la raccolta delle bottiglie in rPET proprio a partire dalle nostre sedi, e sensibilizzare le nostre persone sull'importanza di conferire correttamente questo prezioso materiale, già nel 2024 abbiamo installato un ecocompattatore presso la nostra sede HQ di Sesto San Giovanni (Milano) e presso lo stabilimento Circular-PET di Gaglianico (BI). Grazie a questa iniziativa, abbiamo raccolto nel 2025, 560kg di plastica, poi ritirati dal consorzio Coripet.



Una distribuzione sostenibile

Abbiamo investito per innovare tutta la catena di distribuzione e per ridurre l'impatto nel nostro percorso verso il consumatore.

Distributori, responsabili dei magazzini, retailer, piattaforme digitali: ognuno di questi attori collabora sinergicamente all'interno della fase di distribuzione. Innovare significa infatti gestire la strategia della logistica con una logica degli itinerari studiata 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. Dopo questo "ultimo miglio" il prodotto arriva ai consumatori, pronto per essere consumato.



ECO-LOGISTICA

Per migliorare l'efficienza degli spostamenti e ridurre le emissioni di gas serra, **ci impegniamo costantemente a ottimizzare i flussi logistici tra i nostri siti produttivi e serviamo gli ordini dei clienti dai siti produttivi più vicini**, riducendo così le distanze percorse. Favoriamo inoltre il riposizionamento dei mezzi che effettuano trasporti per noi cercando di ottimizzare tratte in/out verso i nostri magazzini o addirittura completando la tratta andata/ritorno.

Con l'introduzione di una nuova linea lattine ad Oricola abbiamo iniziato a distribuire questo formato sulle regioni del centro Italia, evitando le consegne dai siti del nord o del sud Italia con elevate percorrenze chilometriche. Questo ci ha consentito già nel 2025 di consegnare dal sito di Oricola sulle regioni del Centro Italia quasi 2,6 milioni di **casse di prodotto**, pari a circa 800 camion necessari per il trasporto, **riducendo l'equivalente di ~240.000 Km di percorrenze**.

Abbiamo inoltre testato nel 2025 sul sito di Nogara una modalità di movimentazione delle merci all'interno dell'hub mediante delle tradotte a trazione elettrica in sostituzione del tradizionale bilico. Il test è stato superato con successo e ci consentirà nel 2026 di sostituire circa 13.300 spostamenti all'anno, evitando l'emissione di circa 17,5 tCO₂ all'anno.



DECARBONIZZAZIONE DELLA LOGISTICA

Nel corso del 2025, abbiamo condotto un tender strategico relativo ai servizi di trasporto Full Truck Load (FTL) sul territorio italiano per contribuire alla riduzione delle emissioni di CO₂ indirette attraverso soluzioni logistiche a minore impatto ambientale. Uno degli elementi del tender è stato la valutazione delle capacità dei fornitori logistici nell'utilizzo di carburanti alternativi a basso impatto, con particolare attenzione all'HVO (Hydrotreated Vegetable Oil), un biocarburante avanzato prodotto da materie prime di origine vegetale o scarti organici. Il processo di gara ha previsto un'analisi approfondita dell'effettivo **impiego di carburanti green** da parte dei provider, incrociando i dati dell'infrastruttura esistente con le effettive necessità del business.

Sono state indagate sia le esperienze già in atto sia le possibilità di sviluppare progetti di "Joint Value Creation" volti a incrementarne l'adozione. Questo confronto ha permesso di identificare fornitori con capacità avanzate di utilizzo di HVO e di esplorare iniziative collaborative **per supportare la diffusione di soluzioni energetiche più sostenibili nella rete logistica**. Parallelamente, abbiamo implementato una normalizzazione del processo di rendicontazione dei chilometri percorsi, introducendo standard comuni per la raccolta e la validazione dei dati operativi.

Tale attività è fondamentale per migliorare l'accuratezza del calcolo delle emissioni di CO₂ associate ai trasporti FTL e per garantire una maggiore trasparenza nella misurazione delle performance ambientali della catena di fornitura.



Grazie a questo approccio integrato, il tender FTL ha consentito non solo di migliorare l'efficienza economica e operativa del servizio, ma anche di promuovere l'adozione di pratiche più sostenibili fra i partner logistici, contribuendo in modo **concreto al raggiungimento degli obiettivi climatici aziendali** e alla progressiva riduzione delle emissioni climalteranti lungo tutta la catena del valore. Abbiamo selezionato 10 trasportatori, circa il 42%, che si sono impegnati a percorrere nel corso dell'anno oltre 2 milioni di km con carburanti green come BioLNG e HVO.

GREEN FLEET

Green Fleet è il programma che **pianifica la graduale conversione dell'attuale flotta auto**: da benzina e diesel a ibrido ed elettrico, con l'obiettivo di ridurre entro il 2030 il 53% delle emissioni di CO₂ dell'intero parco auto rispetto alle emissioni 2019. Nel corso del 2025 abbiamo quasi raddoppiato la flotta Green (Full Hybrid, Plug-in, Full electric), rispetto all'anno precedente, **passando da 55% al 92% del parco auto circolante**. Inoltre, l'azienda ha effettuato ulteriori acquisti mirati con l'obiettivo di raggiungere la quota del 99% entro la fine del 2026.

504 nuove auto

consegnate nel 2025, in sostituzione di un parco auto a più alte emissioni:

Integrate 103 auto elettriche,
27 Plug-in, 374 Full Hybrid; rese 490 auto diesel



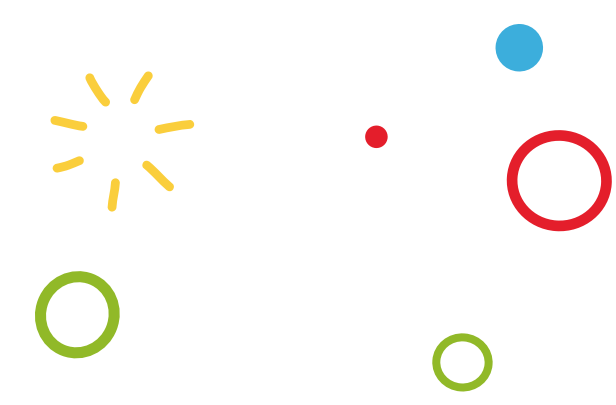
Nel corso dell'anno sono state **installate 12 nuove colonnine** per favorire la ricarica elettrica per il parco auto aziendale. Con queste, presso le nostre sedi sono disponibili 32 punti di ricarica. Per promuovere la mobilità elettrica a tutti i dipendenti CCHBC assegnatari di auto aziendali elettriche o plug-in sono state fornite carte carburante che consentono di effettuare ricariche elettriche su 55mila punti di ricarica su tutto il territorio nazionale.

REVISIONE DEL NETWORK DISTRIBUTIVO

Nel corso del 2025, abbiamo concluso il percorso di riorganizzazione della distribuzione dei prodotti di marketing avviato lo scorso anno centralizzando anche la gestione del materiale promozionale. **Questo progetto permette di ottimizzare il network distributivo**, riuscendo a rispondere in maniera efficace ed efficiente alle esigenze dei clienti e della forza vendita, e consentendo una copertura nazionale più capillare e sinergica rispetto al passato.

STAND TRAILER

Si tratta di una modalità di carico/scarico delle merci: le operazioni di carico e di "pick&drop" dei semirimorchi vengono disaccoppiate mediante lo sgancio del semirimorchio (trailer) da parte del trasportatore sulla piazzola del magazzino, in attesa che l'operatore logistico lo carichi o lo scarichi. Questo **riduce sensibilmente i tempi di attesa presso i nostri magazzini** migliorando l'efficienza dello scambio e agevolando il lavoro dei trasportatori.



Grazie agli investimenti, abbiamo **aumentato dell'8%** la media di mezzi giornalieri destinata al mercato domestico e ai trasferimenti verso altri stabilimenti italiani che viene caricata con questa modalità (dal 51% del 2024 al 59% del 2025), adottata ora, dopo il successo presso lo stabilimento di Nogara, anche presso il nostro magazzino di Oricola.

UNA SOSTENIBILITÀ CAPILLARE

Continuiamo a innovare per poter fornire ai nostri clienti materiali di vendita più sostenibili e con un minore impatto ambientale.

Tutte le frigovetrine immesse sul mercato dal 2015 sono ecofriendly: come agenti refrigeranti, vengono utilizzati idrocarburi (CO₂ o HC) con un potenziale di riscaldamento globale (GWP, Global Warming Potential) pari a zero. Dal 2018 è in atto un percorso di ammodernamento dell'attrezzatura: dalle frigovetrine con tecnologia I-Cool (HFC, Hydro-Fluoro-Carbon free) a 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 Coca-Cola HBC inoltre continua a sostenere, anno dopo anno, investimenti in efficienza energetica, promuovendo una nuova generazione di frigovetrine Energy Efficient.

Nel 2025 l'**81,4%** delle frigovetrine presenti sul mercato sono ad **alta efficienza energetica** (+4,5% verso l'anno precedente). Il crescente investimento in frigovetrine ad alta efficienza energetica ci permette di ridurre drasticamente il consumo di elettricità e di usare refrigeranti che non danneggiano l'atmosfera. Nel 2025 sono stati risparmiati **126,5 milioni di KWh** di energia elettrica rispetto all'utilizzo di frigovetrine tradizionali, **evitando l'emissione di 37mila t di CO₂** grazie al risparmio di energia.



Persone

3



Le persone guidano la crescita

Ogni giorno ci impegniamo per creare un luogo di lavoro stimolante, inclusivo, sicuro, in cui tutti possano riconoscersi e realizzarsi, in linea con una vision aziendale che guarda al futuro.



I 4 PILASTRI DEL NOSTRO APPROCCIO

- 1 Sviluppo e valorizzazione delle competenze**
per coltivare ogni giorno la capacità di rispondere alle sfide del mercato
- 2 Benessere e coinvolgimento**
per ascoltare sempre le nostre persone e i loro bisogni
- 3 Diritti Umani e pari opportunità**
per garantire una reale inclusione dando a tutti la possibilità di sentirsi valorizzati
- 4 Sicurezza e prevenzione**
per garantire alle nostre persone un ambiente di lavoro senza rischi

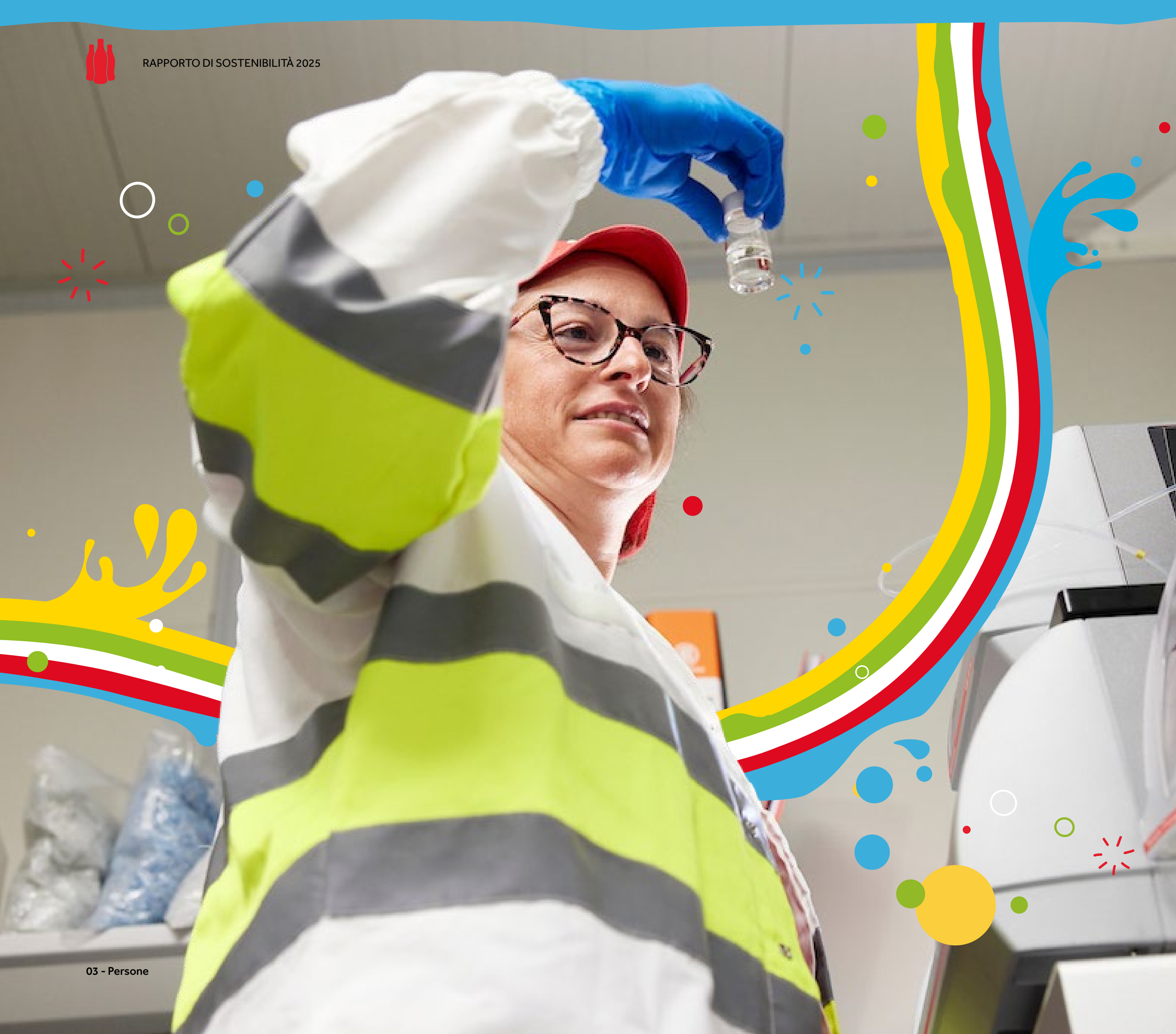
I NUMERI DEL 2025

oltre **65.000** ore di formazione ai dipendenti

oltre **2.000** contenuti di training

oltre **200** corsi di formazione e più di **2.000** dipendenti coinvolti

oltre **4.000** ore dedicate alla diversity, equity & inclusion



Sviluppo e valorizzazione delle competenze

Performance for growth

“Performance for Growth” (P4G) è il sistema integrato e multidimensionale di feedback, obiettivi e valutazione delle performance allineato ai 4 valori aziendali: Più forti insieme, il Cliente al Centro, Favoriamo la semplificazione e Agiamo sostenibilmente. Questi 4 valori ispirano il sistema di valutazione di tutte le persone che lavorano in Coca-Cola HBC Italia, che due volte l’anno si confrontano con il proprio line manager per definire i propri obiettivi, verificare i traguardi raggiunti e programmare la crescita.

Attraverso il processo di “**Talent Tech 2.0**” svolto nel 2025 abbiamo innovato il sistema di valutazione delle performance e del potenziale con l’obiettivo di dare maggior chiarezza e oggettività alle valutazioni. Sono stati erogati numerosi training per coprire tutta la popolazione aziendale su queste importanti evoluzioni.



I nostri progetti di formazione e sviluppo

La piattaforma HELO (Hiring, Empowering and Learning Online), con un approccio diversificato e su misura, risponde alle esigenze del percorso di formazione e crescita di ogni dipendente.

FAST FORWARD PROGRAM: ACCELERAZIONE PER TALENTI

Programma strutturato su più livelli per rafforzare la leadership dei dipendenti ad alto potenziale.

Nel 2025:

coinvolte **16** risorse

definite le **collaborazioni con partner e clienti** (Cigierre) per confronto tra talenti

INTERNAL COACHING E INTERNAL MENTORING PROGRAM

Sessioni di mentoring e coaching finalizzate a:

- supportare lo sviluppo personale
- riflettere sulle proprie aspirazioni
- sbloccare il potenziale inespresso

Nel 2025 il programma ha coinvolto

più di **300** Mentori

100 Coach certificati
provenienti da tutti i Paesi del Gruppo

OPPORTUNITY MARKETPLACE

Piattaforma digitale per lo sviluppo di competenze trasversali che consente ai dipendenti di proporre o partecipare a brevi progetti cross-funzionali e cross-country o di proporre la propria idea su qualsiasi tema inerente al business, candidandosi anche a far parte del team temporaneo che realizzerà il progetto.

Nel 2025, a livello di Gruppo Coca-Cola HBC, sono stati presentati

3 progetti con **28** candidati

OPERATOR DEVELOPMENT PROGRAM

Programma al quale hanno partecipato **114 operatori di linea** nel 2025, che consente di sviluppare e consolidare competenze tecniche e comportamentali ed è finalizzato a:

- aumentare l'engagement e la partecipazione attiva
- ridurre scarti, costi e tempi di cambio formato
- stimolare l'innovazione di processo.

INTERNATIONAL LEADERSHIP TRAINEE PROGRAM

L'International Leadership Trainee è il **Graduate Program di Gruppo** che, negli anni, ha coinvolto ragazzi di diverse nazionalità in un percorso attraverso il quale hanno la possibilità di ricoprire diversi ruoli in ambito commerciale a livello internazionale. L'esperienza mira a **offrire crescita e apprendimento sul campo**, con progetti cross funzionali, mentoring e percorsi esclusivi di formazione.



Employer branding

Ogni anno, l'azienda si impegna nell'Employer Branding, non solo per attrarre talenti, ma anche per ispirarli a scegliere il proprio futuro professionale e a crescere, raccontando loro i nostri valori e la nostra cultura.

Anche nel 2025, gli eventi di Employer Branding hanno svolto un ruolo cruciale nell'attrazione dei ruoli chiave per la nostra organizzazione, creando occasioni di incontro strategiche, per coinvolgere talenti in linea con la nostra cultura aziendale e i nostri valori. Con **25 eventi e 1.700 studenti coinvolti all'interno dei Career Day** delle università, presentazioni aziendali e business case in aula, abbiamo offerto ai candidati la possibilità di vivere in prima persona un'esperienza autentica della nostra realtà aziendale.

Inoltre, per amplificare questa esperienza abbiamo svolto alcuni eventi in collaborazione con il **Master Publitalia e con l'Università Cattolica**, all'interno della nostra sede. Il valore delle iniziative si amplifica grazie al coinvolgimento di **30 Advocate interni come ambasciatori dell'Azienda** per costruire, grazie al racconto della loro esperienza personale, un legame emotivo con i partecipanti e una comunicazione continuativa su LinkedIn per raccontare i momenti più significativi.



Le nostre Academy

Le Academy sono programmi di formazione dedicati a diverse funzioni aziendali, che consentono ai colleghi di rimanere aggiornati sui temi chiave del settore.

SALES ACADEMY

Più di 1.000 profili commerciali sono stati formati, con particolare focus su **Business Developer, Channel Developer e Teleseller**, attraverso una squadra di 10 trainer specializzati, l'affiancamento di colleghi, il coaching e la condivisione di best practice che favoriscono il miglioramento delle competenze commerciali e di leadership.

Più di

1.000
profili commerciali
formati

10
trainer specializzati

SUPPLY CHAIN ACADEMY

Un programma di 50 moduli di apprendimento della durata di sei mesi, volto a fornire know-how, competenze e strumenti necessari per una **Supply Chain centrata sul cliente best-in-class**. Nel corso del 2025 hanno completato il programma 406 persone.

406
persone coinvolte nei **50 moduli**
di apprendimento



Awards

Nel 2025 sono stati confermati due importanti riconoscimenti:

TOP EMPLOYER AWARD



Nel 2025 siamo stati riconosciuti Top Employer per il **decimo anno consecutivo**. Questo riconoscimento è il risultato di un'approfondita analisi di tutte le nostre pratiche e policy HR nelle aree Culture, People Strategy, Leadership, Employer Branding, Talent Acquisition, Learning, Development and Rewards e ha confermato la nostra **posizione di azienda leader in Italia nella gestione delle risorse umane**.



BEST HR TEAM

È il percorso di certificazione dedicato ai Team HR della Community HRC. Il Best HR Team accompagna le persone e l'organizzazione attraverso progetti e percorsi innovativi favorendo la crescita del business, delle performance e dell'engagement dei dipendenti. Per la prima volta siamo stati insigniti di **due prestigiosi Award** promossi dalla piattaforma dati Statista:



Leader in Diversità e Inclusione Sole 24 Ore: l'iniziativa premia le aziende che si distinguono maggiormente in Italia per l'impegno a favore della diversità dei propri dipendenti. La valutazione delle aziende sulla diversità si basa su due prospettive:

cosa ne pensano i dipendenti, tramite un sondaggio che misura la percezione dell'impegno dell'azienda su temi come genere, età, etnia, disabilità e inclusione LGBTQ+;

cosa emerge dalle informazioni pubbliche, analizzate da una società esterna che assegna un punteggio oggettivo sulla capacità dell'azienda di promuovere diversità, equità e inclusione.



Italy's Best Employers for Women Corriere della Sera: la classifica dei migliori datori di lavoro per le donne in Italia nasce da un grande sondaggio rivolto alle lavoratrici.

Le partecipanti hanno espresso quanto consiglierebbero la propria azienda e altre dello stesso settore. Sulla base di oltre centomila valutazioni, sono state selezionate le 150 aziende che offrono le migliori condizioni e opportunità per le donne nel 2026.



Benessere e coinvolgimento

Abbiamo obiettivi ambiziosi: per raggiungerli è necessario star bene, insieme.

Crediamo in un ambiente di lavoro accogliente e attrattivo, dove le persone siano ascoltate e il loro benessere risulti centrale. Per questo, nel 2025 abbiamo sottoposto a tutti i dipendenti la Survey di Engagement per raccogliere opinioni sulla loro esperienza in azienda, poi approfondite con focus group e momenti dedicati. Per rispondere alle diverse esigenze emerse abbiamo definito un piano di azione strutturato, focalizzato negli ambiti di: energia ed entusiasmo, bilanciamento lavoro-vita privata, semplificazione dei processi aziendali e identificazione delle priorità.



Culture & Engagement, Customer Gauge and Collaborating 4 Impact Survey

Monitorare la customer experience, la collaborazione interna e il livello di engagement ci consente di comprendere come clienti e persone vivono la nostra azienda, orientando decisioni sempre più efficaci e misurabili nel tempo.

La Customer Experience

nel 2025 ha registrato un miglioramento di 13 punti percentuali rispetto al 2024, trainato dalla qualità del supporto offerto, dall'ampiezza del portafoglio e dalla presenza della nostra forza vendita.

La collaborazione interna

ha evidenziato un miglioramento, con una crescita di 4 punti percentuali rispetto al 2024, sostenuta dai progressi nella collaborazione, nella semplificazione dei processi e nel coinvolgimento dei team.

L'engagement dei dipendenti

è aumentato di 2 punti percentuali rispetto al 2024 sul totale dipendenti e di 8 punti percentuali sulla popolazione dei Business Developer: un risultato sostenuto dall'orgoglio di lavorare per la nostra azienda e da una forte advocacy, intesa come disponibilità a raccomandare Coca-Cola HBC Italia come luogo di lavoro.



MERCATINI DI NATALE COCA-COLA

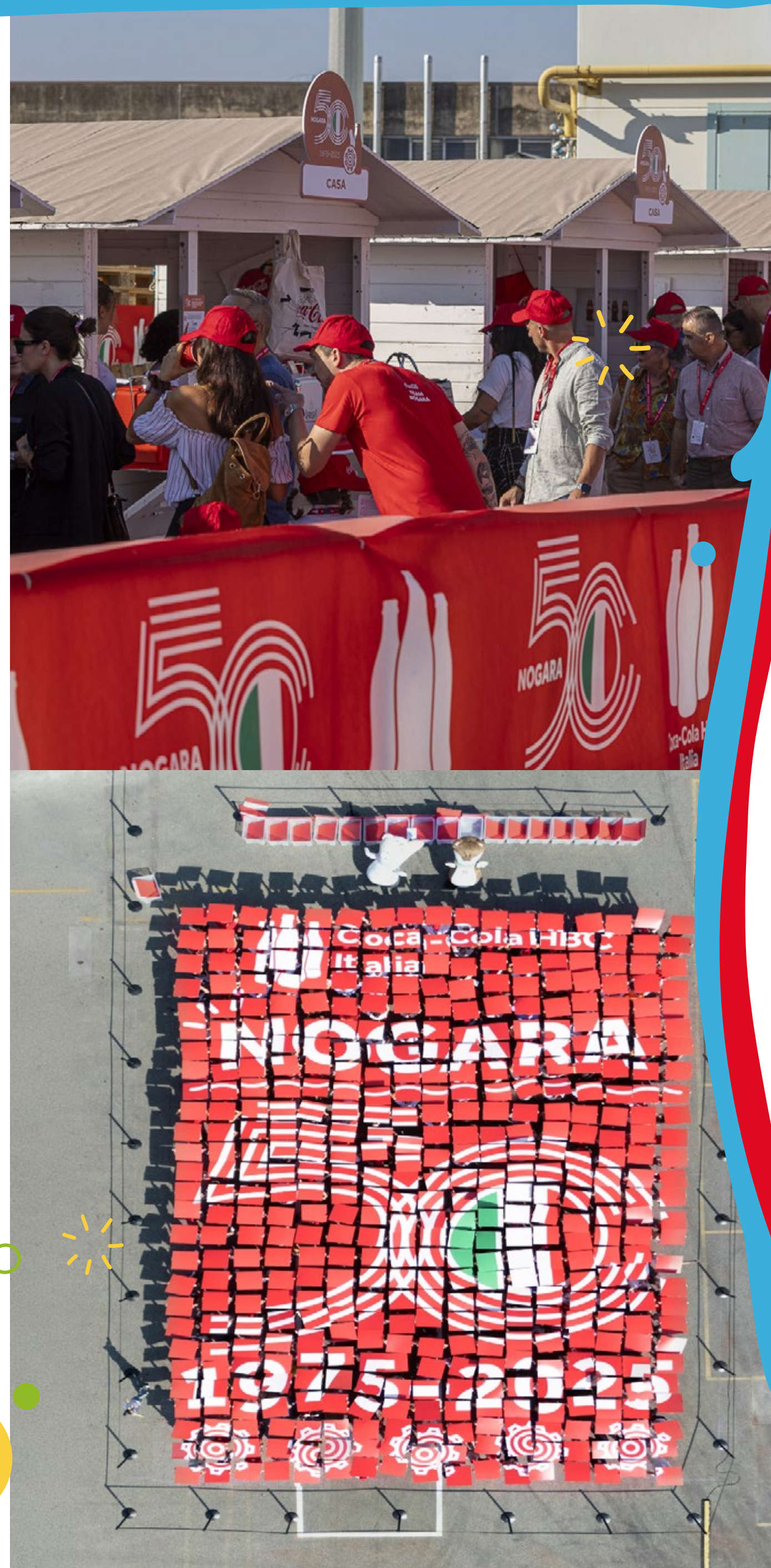
Nel mese di dicembre 2025, anche quest'anno abbiamo coinvolto attivamente i nostri dipendenti in un'iniziativa solidale ormai consolidata, i Mercatini Coca-Cola, che rappresentano un momento di partecipazione e impegno condiviso a favore delle comunità. I mercatini si sono svolti nelle sedi di Gaglianico (BI), Oricola (AQ), Marcianise (CE), Rionero in Vulture (PZ) e Roccaforte di Mondovì (CN) e hanno permesso di raccogliere oltre €30.000, devoluti tramite Fondazione Coca-Cola HBC Italia alla Fondazione Banco Alimentare a sostegno della lotta contro lo spreco e la povertà alimentare.

Nella sede di Sesto San Giovanni, grazie al contributo e alla partecipazione delle colleghe e dei colleghi, il Mercatino ha raccolto oltre €29.000, devoluti tramite Fondazione Coca-Cola HBC Italia a PizzAut, il progetto che promuove l'inclusione lavorativa delle persone con autismo. Il ricavato contribuirà in particolare al sostegno di "CasaAUTentica", iniziativa avviata da PizzAut onlus.

Attraverso queste iniziative, i nostri dipendenti diventano protagonisti attivi del nostro impegno sociale, rafforzando una cultura aziendale basata su solidarietà, responsabilità e valore condiviso.

INSIEME PER CELEBRARE IL 50° ANNIVERSARIO DELLA FABBRICA DI NOGARA

I dipendenti dello stabilimento di Nogara a fine settembre hanno vissuto un'incredibile giornata in occasione del 50° anniversario della fabbrica: una grande festa che ha coinvolto più di 1.300 per-



sone tra colleghi, familiari, amici, rappresentanti del Gruppo Coca-Cola HBC, clienti, autorità e media. I partecipanti hanno potuto visitare la mostra dedicata alla storia dello stabilimento, fare la visita al ciclo produttivo, partecipare alla plenaria e fare acquisti al mercatino Coca-Cola, che ha visto un totale di €16.000 di ricavato che è stato interamente devoluto all'associazione locale Auser Nogara – Circolo Gabriele Olivieri, a sostegno di progetti che rendono la nostra comunità più viva e inclusiva. La giornata si è chiusa in bellezza con 500 persone che hanno formato con dei cartoncini il logo celebrativo dei 50 anni: un gesto semplice, simbolo di orgoglio, appartenenza e squadra.

CELEBRARE INSIEME I GIOCHI OLIMPICI E PARALIMPICI INVERNALI DI MILANO CORTINA 2026

In qualità di Presenting Partner del Viaggio della Fiamma Olimpica, tra dicembre 2025 e gennaio 2026 tutte le fabbriche Coca-Cola in Italia hanno accolto il passaggio della Fiamma Olimpica, organizzando eventi dedicati ai colleghi.

I 6 esclusivi eventi, che hanno visto la partecipazione di circa 1.500 persone, hanno dato la possibilità ai nostri colleghi e alle loro famiglie e amici di vivere da vicino l'incredibile esperienza dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026, attraverso momenti commemorativi e attività dedicate. Un'occasione speciale di partecipazione e condivisione per celebrare insieme i valori dello sport e dei Giochi Olimpici, in un momento storico e fortemente simbolico per la nostra comunità aziendale.



SENIORITY AWARD

Coca-Cola HBC Italia

SENIORITY AWARDS

Il Seniority Award è il programma di riconoscimento dell'anzianità aziendale di Coca-Cola HBC Italia, introdotto nel 2024 per valorizzare in modo strutturato la continuità e il contributo delle nostre persone. L'iniziativa celebra i colleghi che, al 31 dicembre dell'anno precedente, hanno raggiunto uno degli otto traguardi di permanenza in azienda: 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35 e 40 anni. Dal 2025 il programma è stato ulteriormente rafforzato attraverso un evento dedicato e un sistema di riconoscimenti che combina elementi economici e non economici, con l'obiettivo di rendere ancora più significativo il momento della celebrazione. Il Seniority Award rappresenta un gesto concreto per onorare il percorso professionale dei nostri dipendenti, riconoscendo il ruolo fondamentale di chi, con esperienza e continuità, contribuisce a custodire e trasmettere la nostra Cultura aziendale.

RED TALKS

Per condividere storie di valore e di ispirazione, di crescita personale e professionale, abbiamo realizzato e messo a disposizione di tutti i dipendenti di Coca-Cola HBC i RED Talk, **storie che parlano di sfide importanti e di traguardi raggiunti** grazie all'acquisizione di nuove consapevolezze e al lavoro di squadra, racconti di leadership, senso di appartenenza e aderenza ai valori della nostra realtà. Ogni RED Talk, 2 nel 2024 e altri 3 nel 2025, ha registrato in media circa 300 visualizzazioni.





SMART WORKING E MONOTIMBRATURA

Per favorire l'equilibrio tra vita privata e lavorativa, già nel 2014 abbiamo introdotto lo smart working, fornendo ai nostri dipendenti tutti gli strumenti per lavorare da remoto nel modo più adatto. Oggi questa pratica è ormai consolidata e garantisce 12 giorni di lavoro agile al mese. A partire dal 2024 abbiamo anche condiviso con i nostri colleghi il "Galateo dello Smart Working" che fornisce indicazioni su come lavorare da casa in modo corretto ed efficace. Inoltre, dal 2013 il sistema di mono-timbratura permette ai dipendenti di **organizzare la giornata lavorativa in base alle proprie esigenze**, potendo timbrare il cartellino solo in entrata o in uscita.

WELFARE

Ci impegniamo a coltivare il potenziale delle nostre persone, promuovendo una cultura della crescita continua e dell'eccellenza e, per farlo, riconosciamo l'importanza di uno sviluppo professionale sano, garantendo quindi benefit e welfare alle nostre persone. Sappiamo che per stare bene occorre una miscela olistica di fattori fisici, emotivi, mentali, finanziari e sociali, che svolgono un ruolo fondamentale nel plasmare le nostre esperienze lavorative e di carriera. Con questo obiettivo, Coca-Cola HBC Italia dà alle proprie persone la possibilità di **convertire in welfare il totale o una parte del proprio premio di produzione annuale (PPO)** e richiedere vantaggi come buoni acquisto, istruzione, formazione, salute, sport, viaggi, cultura, tempo libero, svago, divertimento e molto altro; o in alternativa ricevere il premio di produzione annuale direttamente in busta paga, tassato a normativa di legge.



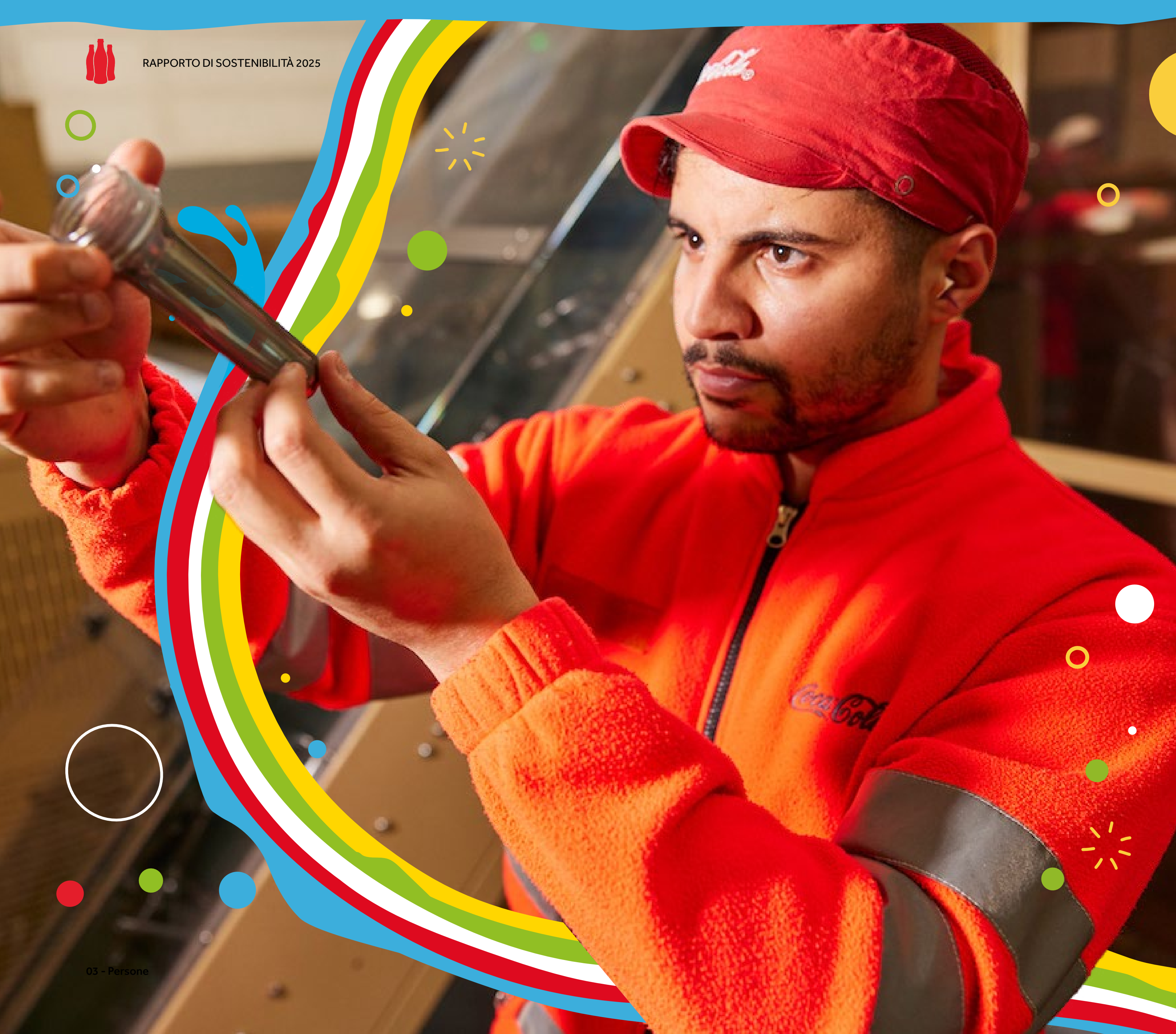
EMPLOYEE ASSISTANCE PROGRAM

L'Employee Assistance Program (EAP) è 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 psicologico in riferimento a questioni sia personali sia lavorative. Il servizio è stato esteso anche ai familiari.

ASSICURAZIONI SANITARIE

Tutti i dipendenti a tempo indeterminato o con contratto di durata pari o superiore a 9 mesi sono automaticamente **iscritti gratuitamente al Fondo di Assistenza Sanitaria contrattuale FASA**, che offre un insieme di tutele di natura sanitaria alle condizioni definite dalla copertura assicurativa, le quali spaziano dal rimborso delle spese mediche sostenute alla gestione degli eventi medici all'interno del network di strutture convenzionate.

L'assicurazione sanitaria FASA può essere estesa dal dipendente anche a familiari, conviventi e partner. Inoltre, Coca-Cola HBC Italia offre ai propri dipendenti la possibilità di aderire a una ulteriore copertura assicurativa sanitaria aziendale, che consente di ottenere rimborsi per la quota di spesa residua e non già rimborsata dal FASA e accedere a un network di supporto medico integrativo rispetto a quanto già garantito dal FASA. Gli aderenti all'assicurazione sanitaria integrativa possono **fruire di prestazioni sanitarie aggiuntive, come il servizio di telemedicina e consulti a distanza**.



ATTIVITÀ DI PREVENZIONE

Nell'ambito delle iniziative promosse a tutela della salute, a novembre 2025 abbiamo organizzato presso i nostri uffici di Sesto San Giovanni uno screening diabetologico gratuito aperto a tutti i colleghi di HQ. Tale iniziativa, che ha visto il coinvolgimento su base volontaria di 120 dipendenti, è stata un modo agile e non invasivo per prenderci cura della nostra salute e sensibilizzare sull'importanza della prevenzione.

MY REWARDS BOOKLET

Il benessere dei nostri collaboratori è un elemento cardine: per questo motivo, a dicembre 2024, abbiamo lanciato il My Rewards Booklet, un **documento accessibile a tutti** - tramite la Intranet aziendale - che racchiude tutti i benefit che l'azienda mette a disposizione per raggiungere il benessere fisico, emotivo, finanziario e collettivo.

BEWELL

Nel 2025 sono stati organizzati i BeWell Days, due settimane dedicate all'approfondimento dei pilastri BeWell - fisico, mentale, relazionale e sociale - per il benessere complessivo dei dipendenti. A supporto sono stati organizzati dei webinar volti a coprire tematiche relative sia al benessere fisico ed emotivo sia a quello finanziario e sociale. Inoltre, in linea con il nostro impegno verso il sociale e in occasione di queste giornate, a ottobre abbiamo organizzato un'**iniziativa benefica** presso la nostra sede di HQ (Sesto San Giovanni) in collaborazione con LILT - Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori - con l'**obiettivo di raccogliere giocattoli nuovi donati dai nostri dipendenti** e destinati ai bambini e ragazzi ricoverati presso i reparti oncologici: un'attività che ha visto la calda partecipazione dei dipendenti della sede.



Diritti umani e pari opportunità

Ogni giorno l'azienda si impegna ad abbattere le barriere tra le persone sul posto di lavoro.

Per noi l'espressione dell'autenticità di ogni individuo è fondamentale. Crediamo che genere, età, provenienza, credo, orientamento sessuale e abilità siano punti di forza da celebrare e valorizzare. La Policy sui Diritti Umani di Coca-Cola HBC, ispirata ai principi internazionali in materia, ci impegna a prevenire e contrastare qualsiasi violazione in questo ambito.

Specifiche procedure consentono ai dipendenti di segnalare eventuali non conformità, anche in modo anonimo. "Speak Up!" è la linea di assistenza per l'etica e la compliance alla quale è possibile inviare segnalazioni telefoniche o per iscritto. A seguito di una segnalazione, l'azienda si impegna a effettuare indagini e intraprendere azioni correttive in risposta alle violazioni. Nel 2025 non sono

state registrate violazioni. 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 (Convenzione ILO n. 182).

ZERO
violazioni relative ai diritti umani
nel corso del 2025

CERTIFICAZIONE SULLA GENDER EQUALITY

Dopo aver ottenuto nel 2022 la certificazione per la parità di genere da parte di IDEM, nel 2024 abbiamo avviato una serie di attività e di analisi volte ad avviare il percorso per ottenere la certificazione di parità ai sensi della UNI/PDR 125:2022.

Nel 2025

39%

delle posizioni manageriali in Coca-Cola HBC Italia è ricoperto da donne²².

33%

dei dipendenti è rappresentato da donne.

Nel 2020 la percentuale di dipendenti donne era pari al 28,7%.

22. L'obiettivo impostato a livello di Gruppo per il 2025 era del 50% di donne manager complessivamente in azienda. L'obiettivo non è stato ancora raggiunto ma l'impegno per la valorizzazione del talento femminile è confermato nella Mission Refresh

Un caffè con... Stefano Lorenzon



UN CAFFÈ CON

Per aiutare i dipendenti a superare eventuali bias legati alla paura di osare professionalmente, abbiamo dato seguito, in partnership con Caffè Vergnano, all'iniziativa "Un Caffè con", con una serie di **3 interviste formative sul tema del "coraggio"** con Leader di ispirazione: Carolina Vergnano (CEO di Caffè Vergnano), Stefano Lorenzon (Technical Circular Economy Manager di CCH Circular PET), Francesca Tomassini (Commercial Excellence Director).

PER I GENITORI, DI OGGI E DI DOMANI

Per supportare la genitorialità, nel 2025 abbiamo dato seguito alla serie di **webinar lanciati nel 2023 con psicologi e matter expert** che hanno supportato le famiglie di Coca-Cola HBC Italia su temi quali l'orientamento scolastico, il bullismo e l'uso consapevole dei social media.

Tra i nuovi contenuti abbiamo proposto il tema delle relazioni tossiche, divorzi e separazioni e abbiamo toccato il tema della menopausa.





ORIENTAMENTO SESSUALE E IDENTITÀ DI GENERE

Diversità e inclusione sono valori identitari della nostra cultura aziendale e si riflettono nelle iniziative promosse sul territorio. L'impegno di Coca-Cola HBC Italia, però, parte prima di tutto dalla cura per le dinamiche interne all'azienda. Infatti, crediamo che l'ambiente di lavoro sia un luogo nel quale tutte le diversità siano considerate come uniche fonti di ricchezza collettiva, da tutelare nelle difficoltà.

La nostra prima azione concreta passa dal riconoscimento delle identità, garantendo che ciascun dipendente possa sentirsi tutelato nel proprio orientamento sessuale, di identità di genere e familiarità.

Siamo garanti dei diritti fondamentali dei lavoratori anticipando le legislazioni in materia, estendendo l'assicurazione sanitaria e riconoscendo il congedo matrimoniale anche a partner dello stesso genere, ancor prima dell'approvazione della legge Cirinnà. Le nostre assicurazioni sanitarie possono essere estese in ugual misura alle famiglie non tradizionali e coppie di fatto. L'azienda, inoltre, garantisce che le offerte dell'assicurazione sanitaria integrativa possano garantire la possibilità di ottenere rimborsi in favore di coloro che affrontano un percorso di affermazione di genere.

CON LE PAROLE GIUSTE

A ulteriore concretizzazione del nostro impegno per l'affermazione di una cultura del riconoscimento e del rispetto, nel 2025 Coca-Cola HBC Italia ha dato seguito allo sviluppo del proprio Manifesto per un linguaggio inclusivo "Con le parole giuste", attraverso dei training di approfondimento, condotti dal partner Newton, sulle tematiche di inclusione e rispetto, messi a disposizione a tutti i colleghi. Le sessioni hanno raccolto l'**adesione volontaria di più di 1.000 persone** tra la sede centrale, i commerciali sul campo e i colleghi degli stabilimenti.

In aggiunta, nel 2025 è stato **approfondito il tema della gestione delle neurodivergenze**, attraverso un webinar che ha visto coinvolto il team P&C e i reparti che hanno già accolto o stanno per accogliere colleghi con neurodivergenze.





CON LE PAROLE GIUSTE

i 10 ingredienti per un linguaggio rispettoso

1

Con un BUONGIORNO riempiamo di energia la nostra giornata.

Il saluto è per noi un comportamento essenziale che va oltre i confini delle gerarchie aziendali e delle diverse funzioni e rafforza i legami interpersonali.

2

ASCOLTIAMO in modo attivo tutte le persone.

Accogliamo tutti i punti di vista aiutando le persone a esprimere il loro contributo più autentico.

3

PROMUOVIAMO un ambiente senza discriminazioni nelle parole e nelle azioni.

Riconosciamo l'unicità di ciascuno e comprendiamo le esperienze, i sentimenti e le caratteristiche fisiche o personali delle altre persone offrendo loro sostegno e solidarietà.

4

Nei momenti difficili DIALOGHIAMO per trovare insieme una soluzione.

Condanniamo tutti gli atteggiamenti offensivi e di superiorità e non consideriamo mai lo stress una giustificazione per comportamenti aggressivi.

5

EVITIAMO ETICHETTE E FORME DI UMORE che possono risultare offensive.

Segnaliamo le offese mascherate da "battute" con il solo scopo di ferire direttamente o ledere alle spalle l'integrità di una persona, perché favoriamo relazioni professionali sane e solide.

6

RICONOSCIAMO le sfide personali extra lavorative e rendiamo più facile la vita delle persone intorno a noi.

Consideriamo le genitorialità, le responsabilità di cura e i bisogni personali occasioni di crescita per tutte le nostre persone e rispettiamo le esigenze quotidiane di ciascuno.

7

CHIEDIAMO SCUSA quando le persone possono essere state ferite, anche da una parola.

Crediamo che il dialogo esprima coraggio, riduca le incomprensioni nei rapporti e riavvicini le persone.

8

RISPETTIAMO la dignità e la privacy di ogni persona.

Tuteliamo la sfera privata dei nostri colleghi in ogni situazione, evitando gossip e allusioni per creare uno spazio di fiducia e collaborazione.

9

SCRIVIAMO prestando attenzione alle parole e ai fraintendimenti.

Nelle e-mail, nei social media e nelle chat, evitiamo conflitti e momenti di disagio, promuovendo un clima di lavoro armonioso.

10

Se identifichiamo comportamenti molesti, CONDIVIDIAMO la nostra esperienza con l'azienda.

Superando la barriera del silenzio, segnaliamo attraverso le piattaforme sicure messe a disposizione dall'azienda l'uso di un linguaggio discriminatorio offrendo il nostro contributo per la promozione della sicurezza psicologica per tutti noi.



RELAZIONI INDUSTRIALI

Cerchiamo di migliorare costantemente ogni aspetto del rapporto di lavoro attraverso un dialogo strutturato e costante.

Il nostro sistema di relazioni industriali coinvolge le principali organizzazioni sindacali in vari aspetti della vita aziendale e prevede anche il confronto con i Comitati di indirizzo dell'Industria Alimentare e gli Enti bilaterali di settore. Dialoghiamo strutturalmente e regolarmente con le Organizzazioni Sindacali su temi riguardanti la legislazione in materia di lavoro e 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 privata-lavoro. Da sempre, infatti, tematiche di sostenibilità, parità di genere e inclusione delle diversità rappresentano pilastri essenziali alla base delle nostre relazioni industriali tese ad essere sempre attuali e moderne. Tuteliamo la sicurezza e la salute fisica e mentale di chiunque acceda ai nostri spazi aziendali: personale, appaltatori, fornitori, trasportatori e visitatori.

Incontri periodici con le organizzazioni sindacali

Organizziamo incontri periodici con le rappresentanze sindacali unitarie, le segreterie territoriali e le segreterie nazionali. Le due riunioni annuali con i sindacati nazionali rappresentano una occasione per discutere di diversi argomenti e illustrare le linee programma-

tiche del Piano Industriale. A questi, si aggiungono costanti incontri territoriali e a livello di sito produttivo sempre sul tema. Inoltre, coinvolgiamo le Organizzazioni Sindacali soprattutto in caso di modifiche strutturali o riassetto aziendali valorizzando un confronto ampio, partecipativo e propositivo anche su tematiche come la salute e la sicurezza dei lavoratori.

Rispettiamo il periodo di comunicazione minimo previsto dalle leggi e dagli accordi collettivi nazionali dei vari strumenti che bisogna adottare. Nelle riunioni annuali con i sindacati nazionali si trattano argomenti che interessano tutta la forza lavoro a cui possono seguire ulteriori riunioni di maggior dettaglio su richiesta dei sindacati. Infine, partecipiamo attivamente alle sessioni del CAE (Comitato Aziendale Europeo) per condividere best practice e supportare necessità dei membri assicurando così un coordinamento sindacale con gli altri Paesi del Gruppo.

Il contratto integrativo di II livello

A luglio 2023 abbiamo firmato - con il supporto di Assolombarda - il contratto integrativo di II livello con le organizzazioni sindacali Fai-Cisl, Flai-Cgil e Uila-Uil. Potere reddituale, conciliazione vita privata e lavorativa e sviluppo professionale sono i pilastri su cui si fondano le iniziative introdotte nell'accordo e destinate alle persone dell'azienda che lavorano presso la sede centrale, negli stabilimenti produttivi e nella forza vendita.

AUMENTO DEL PPO

Nell'ambito del potere reddituale l'accordo integrativo prevede un **incremento progressivo del premio di produzione (PPO)** fino a 2.710€ nel 2025 e del valore dei buoni pasto aziendali fino a 10,5€ nel 2025, oltre al raddoppiamento dell'indennità di presenza per il personale di fabbrica che presta servizio in turni.

ENERGY GREEN BONUS

Si inserisce in questa parte dell'accordo anche l'Energy Green Bonus, un incentivo volto a promuovere la mobilità sostenibile tra i dipendenti della sede di Sesto San Giovanni, a cui è stata concessa una somma economica forfettaria finalizzata ad incentivare gli spostamenti casa-lavoro tramite mezzi di trasporto a minor impatto ambientale.

GOLDEN BONUS

In ambito conciliazione vita privata e lavoro, nel nuovo accordo integrativo è stata introdotta la possibilità, per le figure commerciali dei Business Developer, di avvalersi fino ad un massimo progressivo di **3 giorni all'anno del Golden Bonus**, vale a dire momenti da dedicare alle proprie necessità personali che possono essere scelti in alternativa a un contributo economico.

TUTELE E CONTRASTO AL MOBBING

Infine, focalizzandosi sullo sviluppo professionale di tutte le persone di Coca-Cola HBC Italia, l'accordo include anche un capitolo per il contrasto alla discriminazione di genere e al mobbing, con misure concrete per favorire un ambiente di lavoro inclusivo e privo di discriminazioni.



La sicurezza delle persone

Da sempre ci impegniamo a tutelare le nostre persone, garantendone la sicurezza e preservandone la salute sia fisica sia mentale.

Lo facciamo con standard e pratiche di gestione orientate a prevenire i rischi. Negli ultimi anni abbiamo **rafforzato gli strumenti per la prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali**, individuando azioni di miglioramento nell'ambito Health&Safety con il contributo dei dipendenti. Nel 2025 l'azienda si è concentrata sul monitoraggio e sul mantenimento di tali azioni, seguendo i cambiamenti normativi e le esigenze dei lavoratori.

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

ZERO IS POSSIBLE

Da sempre l'azienda pianifica e sviluppa piani di azione per garantire ambienti di lavoro sempre più sicuri e ridurre i numeri degli infortuni, fino ad arrivare allo zero. Il numero di infortuni sul lavoro occorsi a lavoratori dipendenti nel 2025 è pari a 22²³, tra i quali **non vi sono stati infortuni gravi**, per un totale di giorni di prognosi pari a 794. Nel 2025, l'indicatore LTAR (Lost Time Accident Rate)²⁴ è stato di 1,1.

I NUMERI DEL 2025

oltre

39.721²⁵
comportamenti osservati negli stabilimenti di produzione e nella forza vendite

108
ostacoli rimossi

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

426 dipendenti della funzione commerciale coinvolti sul territorio nazionale come osservatori BBS

372 dipendenti degli stabilimenti produttivi coinvolti nel progetto BBS

321 dipendenti dei provider logistici formati secondo il protocollo BBS

Life saving rules

Il progetto Life Saving Rules (LSR), ideato e sponsorizzato da The Coca-Cola Company, indica **14 regole salvavita per prevenire eventi non sicuri e migliorare la cultura della sicurezza**. Tramite questo strumento, ogni funzione aziendale esegue un'autovalutazione sull'implementazione delle regole LSR definendo un piano di azioni correttive trimestrale. Il nostro sistema di gestione salute e sicurezza è certificato secondo lo standard ISO 45001.

La governance aziendale ha superato l'audit di rinnovo, includendo tutte le operazioni negli stabilimenti e l'area commerciale. Dal 2024 è stato avviato un progetto di assessment LSR cross country: i responsabili HSE (Health, Safety & Environment) degli stabilimenti in Italia si recano in altri paesi del Gruppo Coca-Cola HBC per verificare l'applicazione del protocollo LSR. Viceversa, responsabili HSE di altre country verificano il medesimo protocollo nei nostri siti produttivi: questo approccio permette lo scambio di spunti di miglioramento e best practices da realtà completamente diverse da quella italiana.

Behavior-based safety

Il progetto Behavior-Based Safety (BBS) **promuove comportamenti positivi e sicuri** in modo coinvolgente in tutti gli stabilimenti e nella funzione commerciale.

23. Per le principali tipologie di infortuni si rimanda alla sezione "Dati analitici - SALUTE E SICUREZZA - DIPENDENTI"

24. Indicatore monitorato a livello di Gruppo che misura il numero di infortuni ogni 100 FTE (fulltime equivalent) con almeno 1 giorno di prognosi escluso il giorno di accadimento (sono esclusi dal conteggio gli infortuni in itinere)

25. Ad esclusione degli uffici di Sesto San Giovanni



INVESTIMENTI SICUREZZA LOGISTICA

Nel 2025, Coca-Cola HBC Italia ha promosso investimenti per **quasi 5 milioni di euro** in attività di miglioramento degli standard di sicurezza dei magazzini logistici, per implementare soluzioni atte al miglioramento delle condizioni di sicurezza nei plant per dipendenti e operatori esterni. Gli investimenti sono prevalentemente volti all'acquisizione di moderni dispositivi a supporto della prevenzione di incidenti all'interno dei luoghi di lavoro, come postazioni di sicurezza con segnalamento di posizione degli autisti, barriere di segregazione delle aree pedonali e sistemi di anticollisione uomo/carrello - carrello/carrello. Si è inoltre continuato ad investire per la sicurezza delle infrastrutture, ad esempio, potenziando i sistemi antincendio, rivedendo il layout e migliorando la segnaletica orizzontale e verticale.

COMITATI E GRUPPI DI LAVORO

Nell'ottica di migliorare la cultura della sicurezza a tutti i livelli aziendali, anno dopo anno l'azienda si impegna a creare tavoli di discussione integrati.

Country H&S committee

Dal 2019, insieme al Team Country H&S, il General Manager e vari membri da lui nominati, discutono i principali argomenti H&S del trimestre trascorso con lo scopo di:

- valutare le azioni da intraprendere per il periodo successivo
- condividere i risultati H&S ottenuti
- stabilire i nuovi obiettivi e definire i principali progetti annuali
- analizzare i trend degli indicatori monitorati
- discutere delle principali problematiche in ambito salute e sicurezza sul lavoro

Country RLS committee

Da oltre cinque anni si riunisce il Country RLS (Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza) committee, che coinvolge trimestralmente i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza e i team H&S di Coca-Cola HBC Italia con lo scopo di **consolidare la cultura e la consapevolezza in ambito salute e sicurezza** mediante la partecipazione e consultazione dei lavoratori al fine di raggiungere i più alti standard di sicurezza sui luoghi di lavoro, in accordo con quanto previsto dalla norma ISO 45001:2023.

Quarterly safety call

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.

CAMPAGNE E INCONTRI DEDICATI AI TEMI HEALTH&SAFETY

Nel 2025 sono state sponsorizzate diverse campagne H&S. Ad aprile, nella settimana della Giornata Mondiale della Sicurezza, è stata lanciata una competizione tramite un videogioco interattivo sulla sicurezza: tramite un avatar, creato per ogni funzione aziendale, era possibile attraversare gli ambienti di lavoro (uffici, punti vendita o stabilimenti), rispondendo a quiz sulla sicurezza. Ogni risposta positiva consentiva di accumulare punti per ottenere un premio a fine gioco. Le successive campagne, con cadenza bimestrale, hanno riguardato i seguenti temi:

- guida sicura
- sicurezza durante le alte temperature estive
- lavori in appalto, sicurezza dei macchinari e in logistica
- ergonomia

Tutte le campagne sono state corredate da video emozionali per aumentare il coinvolgimento dei lavoratori.



“A chi esita”: la sicurezza a teatro

Al fine di trovare modalità sempre nuove e coinvolgenti per sensibilizzare i lavoratori sul tema della sicurezza, nel 2025 lo stabilimento di Oricola e la sede HQ di Sesto San Giovanni hanno ospitato il **tour della compagnia teatrale Rossolevante**, che ha presentato lo spettacolo “A chi esita” ai dipendenti del plant e alle ditte residenti, con l’intento di trasmettere come il tema sicurezza possa essere vissuto da svariati punti di vista.

Brain R’Evolution

Lo stabilimento di Nogara ha portato avanti il progetto Brain R’Evolution attraverso il quale i lavoratori hanno l’opportunità di cambiare la loro percezione della sicurezza sul lavoro.

Il decalogo della sicurezza, prodotto nel 2024 e che rappresenta le regole base da rispettare per garantire un ambiente di lavoro sicuro per tutti, è stato rielaborato e finalizzato ed è parte integrante dei protocolli H&S.

Safety Talks

Nel 2025, è continuata l’implementazione dei **Tool Box Talk** e dei **Walk The Talk**, incontri informali tra i manager dei siti produttivi e il personale di linea e tra i team della funzione Sales, finalizzati a individuare miglioramenti nei processi gestionali e della prevenzione degli infortuni.

2.433
Tool Box Talk

1.070
Walk The Talk



CONTRACTORS’ LICENSE

Una patente per gli appaltatori orientata a identificare i best performer H&S.

Nel 2025 è stato portato avanti il progetto della “**patente per gli appaltatori**”, uno strumento attraverso il quale tutti gli appaltatori vengono valutati, tramite una checklist, per le loro performance HSE. Gli appaltatori possono quindi **acquisire o perdere punti in base ai loro comportamenti**: con questo strumento ci prefiggiamo l’obiettivo di sensibilizzare gli appaltatori al rispetto delle regole di sicurezza, attraverso una modalità di verifica spot con effetto a lungo termine. In base alle violazioni commesse, infatti, l’appaltatore perderà un numero di punti proporzionale alla gravità della sua mancanza.

SEMPRE PIÙ SICURI

Il 2025 ci ha visti impegnati nell’indagine approfondita delle potenzialità della realtà virtuale e dell’intelligenza artificiale. Sono stati sperimentate, nei diversi stabilimenti, sessioni di training con i visori che hanno permesso di sperimentare, in sicurezza, la sensazione della caduta dall’alto, attivando una sequenza di emozioni che poi, elaborate con il docente, hanno aumentato la consapevolezza dell’importanza del lavorare in sicurezza. Sono stati organizzati workshop di knowledge sharing con altre aziende che hanno permesso ai team HSE di confrontarsi con colleghi esterni e ampliare le proprie prospettive in materia H&S. Nelle aree di produzione sono stati **aggiunti ai sistemi installati nel 2024 ulteriori sensori di rilevazione della presenza di personale per aumentare ulteriormente il livello di protezione dei macchinari**. Tramite la realizzazione di video sugli infortuni e di prove di evacuazione realistiche, cerchiamo costantemente di tenere alta l’attenzione dei nostri dipendenti sul tema di sicurezza, aumentando la loro percezione del pericolo perché siano pronti alla gestione di eventuali situazioni di emergenza.



Comunità

4

بلاندا



La nostra storia in Italia inizia quasi un secolo fa

Una storia fortemente intrecciata con quelle dei territori nei quali operiamo.

Un legame che nel tempo ha reso Coca-Cola HBC Italia parte di comunità e associazioni che per noi rappresentano veri e propri partner all'interno di un percorso di crescita sostenibile condiviso. Siamo impresa e allo stesso tempo cittadini: vogliamo essere ambasciatori di un modello di sviluppo in grado di generare valore per il territorio attraverso progetti promossi nelle comunità locali, investimenti sui giovani con i nostri programmi di formazione e il sostegno a iniziative di inclusione sociale.

INCLUSIONE SOCIALE

Continua il viaggio assieme a **Special Olympics**

Sostegno alle iniziative per la comunità **LGBTQIA+**

SUPPORTO ALLE COMUNITÀ LOCALI

Grazie alle nostre donazioni, **Banco Alimentare ha distribuito cibo** (alimenti) pari a **1.400.000 pasti**

oltre **2 milioni di prodotti donati²⁶** alle **associazioni territoriali**

INVESTIRE SUI GIOVANI, PROFESSIONISTI DEL FUTURO

39.000 giovani coinvolti con i nostri **progetti formativi nel 2025**

2 borse di studio per supportare le ragazze nelle **materie STEM**

UN IMPEGNO CHE PARTE DALLE NOSTRE PERSONE

Volontariato aziendale

204 **volontari coinvolti** complessivamente nel 2025

oltre **1.000 ore di volontariato aziendale** per iniziative come la raccolta alimentare, **Special Olympics Italia**, eventi interni finalizzati alla raccolta fondi, attività in collaborazione con le **Università** e all'interno del progetto **#YouthEmpowered**.

26. Tra queste donazioni, anche prodotti vicini alla data di scadenza donati a Food Bank per progetti di resilienza alimentare



Progetti di inclusione sociale



SPECIAL OLYMPICS

Dal 1968, anno in cui si disputarono i primi Special Olympics Games, Coca-Cola è socio fondatore e sponsor globale di Special Olympics per contribuire alla grande missione di sostenere le straordinarie capacità e potenzialità delle persone con disabilità intellettiva, valorizzando lo sport unificato come strumento capace di unire le persone e di trasformare le loro vite.

Nel 2025, i nostri volontari sono scesi in campo insieme agli Atleti di Special Olympics che hanno partecipato ai Giochi Mondiali Invernali: oltre 1.500 atleti, provenienti da tutto il mondo, si sono sfidati nelle gare di sci alpino, sci nordico, snowboard, corsa con le racchette da neve, danza sportiva, floorball, pattinaggio artistico e pattinaggio di velocità sul ghiaccio presso le località di Torino, Sestriere, Pragelato e Bardonecchia.

dal **1968**
sponsor globale e socio fondatore dei **Special Olympics**

1.500
atleti da 102 Paesi del mondo si sono sfidati in diverse competizioni

99
punti vendita con l'insegna di supermercati Mercatò attivati per sensibilizzare i consumatori sull'importanza dell'inclusione

In queste giornate di unione, tanta è stata la gioia e l'emozione degli oltre 70 colleghi volontari di Coca-Cola HBC Italia e Coca-Cola Italia che hanno aderito all'attività di volontariato aziendale, supportando gli atleti e incoraggiandoli ad affrontare questa grande sfida. In occasione dei Giochi Mondiali Invernali di Special Olympics, abbiamo collaborato con 99 punti vendita di supermercati Mercatò siti vicino alle zone che hanno ospitato i Giochi. Per promuovere l'evento abbiamo fornito materiali di visibilità, sia per sensibilizzare i consumatori sull'importanza dell'inclusione, sia per supportare gli atleti che hanno partecipato a questa straordinaria manifestazione sportiva.

MILANO RELAY MARATHON

Come Coca-Cola HBC Italia in occasione della Milano Relay Marathon 2025 - la staffetta non competitiva cittadina che consente ai runner di correre in team per una causa benefica, supportando i progetti di organizzazioni no profit - abbiamo corso al fianco di Special Olympics Italia e Fondazione De Marchi, rafforzando il legame e l'impegno con le due associazioni.





PIZZAUT

Nel 2025 abbiamo inaugurato una collaborazione con PizzAut, la prima pizzeria in Italia gestita da personale autistico che ha l'obiettivo di sensibilizzare sul tema dell'occupabilità delle persone autistiche. Per contribuire al loro progetto, a ottobre 2025 abbiamo avviato la serie di pranzi davanti alla nostra sede di Sesto San Giovanni aperti a tutta la cittadinanza, dove i ragazzi di PizzAut, con i loro PizzAutobus, hanno preparato la pizza per oltre 250 nostri colleghi. I pasti, offerti dall'azienda, hanno permesso ai colleghi di supportare il progetto di Nico Acampora, fondatore, e dei suoi ragazzi.

Inoltre, tutto il ricavato del nostro consueto mercatino di Natale della sede di Sesto San Giovanni, dedicato ai dipendenti e alle loro famiglie e amici, è stato devoluto a PizzAut per supportare CasAU-Tentica: un progetto che costruisce autonomia e futuro per giovani autistici, con spazi abitativi inclusivi e di crescita personale.





UNA CULTURA DEL RICONOSCIMENTO

Diversità e inclusione sono valori identitari della nostra cultura aziendale e si riflettono sia nelle dinamiche interne sia nelle iniziative promosse sul territorio. Nella sua storia Coca-Cola ha usato il potere comunicativo per raccontare la bellezza e la forza dell'inclusione, prendendo posizioni anche molto nette: da "Miss Mary" del 1955, quando Coca-Cola scelse la prima ragazza afro-americana per una sua pubblicità nello stesso anno in cui Rosa Parks divenne il simbolo del movimento per i diritti civili, a "Hilltop" nel 1971, raccontando il potere dell'unione delle persone in virtù dei valori di pace e condivisione; fino alla pubblicità "This Coke is a Fanta" del 2017 in Brasile, per sensibilizzare il pubblico sul tema urgente degli insulti omofobi, diventando presto uno dei motti della parata del Pride di quell'anno.

In Italia, siamo stati tra le prime aziende a sposare la causa dei diritti LGBTQIA+, impegnandoci dentro e fuori l'organizzazione nel sostegno concreto ai progetti locali. Nel 2025 abbiamo confermato la nostra presenza e il supporto alla comunità per le celebrazioni del Pride delle regioni nelle quali operiamo, come quello di Milano, Napoli e Torino, sviluppando insieme progetti nelle comunità con focus sulle case di accoglienza.

Le principali associazioni di cui siamo parte



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



Fondazione Sodalitas

Facciamo parte del network di imprese di Fondazione Sodalitas, che riunisce quelle aziende che integrano la sostenibilità nelle strategie di business per la crescita della comunità, generando valore sociale e contribuendo a un futuro di inclusione e sviluppo.





Supporto alle comunità locali



Da 20 anni siamo partner di Fondazione Banco Alimentare ETS: una collaborazione che solo negli ultimi 9 anni ha reso possibile la distribuzione di alimentari pari a oltre 16 milioni di pasti, supportando così le politiche a favore della lotta allo spreco alimentare, alla povertà e all'esclusione sociale. Un approccio che si sostanzia attraverso attività a impatto sociale e culturale che portiamo avanti anche tramite donazioni di prodotto e l'impegno dei nostri dipendenti.

A novembre 2025, in occasione della Giornata Nazionale della Colletta Alimentare di Fondazione Banco Alimentare ETS, 84 colleghi si sono uniti a migliaia di volontari nei punti vendita di tutta Italia per invitare le persone a donare prodotti alimentari per offrire un aiuto concreto a chi vive in difficoltà.

Inoltre, durante i Mercatini di Natale nelle nostre fabbriche di Oricola, Fonti del Vulture, Marcanise, Lurisia e Gaglianico abbiamo raccolto,



tramite la vendita di articoli Coca-Cola ai mercatini di Natale dedicati ai dipendenti, ulteriori fondi devoluti a Fondazione Banco Alimentare. In questo percorso non siamo soli: nel corso dell'anno abbiamo supportato la Fondazione tramite le collaborazioni con Amazon, Autogrill, Bar Atlantic (Esselunga) e MD.



Fondazione ARENA DI VERONA

FONDAZIONE ARENA DI VERONA

Crediamo sia nostro compito supportare iniziative che creano valore ed esaltano le eccellenze della comunità. Con questo spirito, sosteniamo fin dai suoi esordi, nel 2021, "67 Colonne per l'Arena di Verona", il progetto di fundraising per sostenere Fondazione Arena e il suo ruolo centrale nella storia, nella cultura e nell'economia della città di Verona e non solo.



IL GUSTO DI DONARE

Nel 2025 abbiamo donato oltre 2 milioni di prodotti ad associazioni del territorio come Banco Alimentare, Fondazione Arché, Croce Rossa Italiana, Star Judo, Fondazione De Marchi, Special Olympics Italia e altre associazioni locali.

Insieme a Fondazione de Marchi con il Banchetto Solidale

Da anni siamo a fianco di Fondazione G. e D. De Marchi ETS, che sostiene la clinica pediatrica De Marchi del Policlinico di Milano. In occasione del periodo pasquale, nel 2025 abbiamo aderito all'iniziativa benefica del Banchetto Solidale, permettendo ai nostri colleghi di acquistare, sia online sia presso i nostri uffici, i cioccolatini e le uova di Pasqua. Il ricavato di oltre 2.000 € è stato interamente devoluto alla Fondazione de Marchi.

Lo stabilimento di Nogara a fianco di Auser

Con il mercatino Coca-Cola e grazie alla generosità dei colleghi dello stabilimento di Nogara, nel 2025 abbiamo supportato anche l'associazione Auser Nogara, che si occupa di supportare le persone più fragili del territorio vicino al nostro sito produttivo veronese.

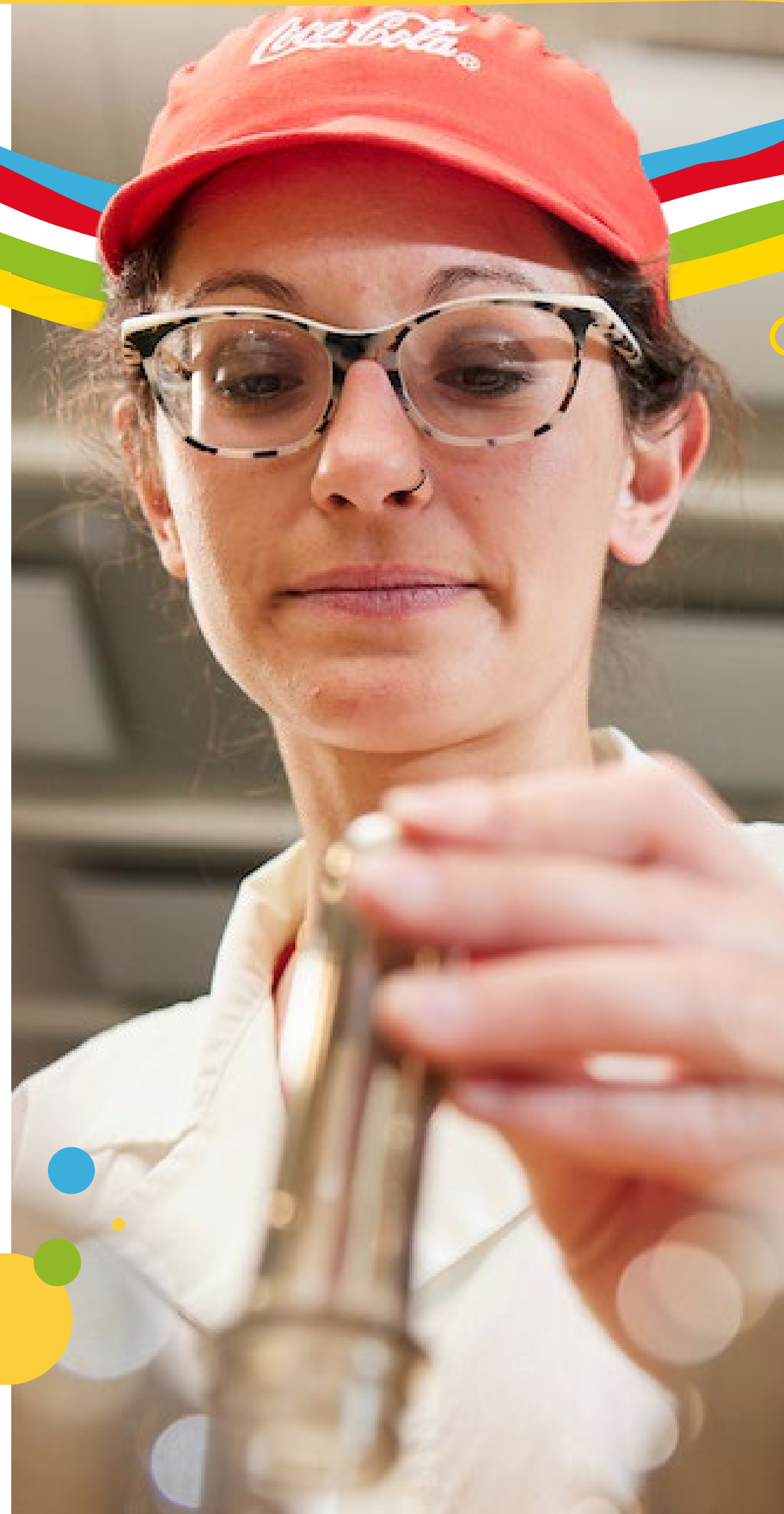




Investire sui giovani, professionisti del futuro

Crediamo nei giovani: sono innovazione, rappresentano il futuro della nostra azienda, del tessuto imprenditoriale e della società.

Per questo promuoviamo progetti mirati a valorizzare il loro talento e a supportarli nell'orientamento lavorativo.



#YOUTHEMPOWERED

È il programma del Gruppo Coca-Cola HBC, con cui accompagniamo i giovani tra i 16 e i 30 anni nel passaggio dal mondo della scuola al mercato del lavoro. Lo facciamo attraverso corsi di formazione e workshop online accessibili su piattaforme messe a disposizione dai nostri partner e grazie all'affiancamento dei nostri colleghi, che, come mentori, offrono ai giovani consigli per il loro futuro professionale.

Oltre **350.000** studenti formati con il PROGETTO #YOUTHEMPOWERED in Italia dal 2018

39.000 giovani coinvolti solo nel 2025



PRINCIPALI PROGETTI DI #YOUTH EMPOWERED

Piattaforme digitali Junior Achievement Italia e CivicaMente

Tramite le piattaforme²⁷ fornite dai nostri partner Junior Achievement Italia e CivicaMente, gli studenti hanno potuto accedere ai moduli online e corsi di formazione di #YouthEmpowered, focalizzati sullo sviluppo delle soft e business skill, attraverso specifici moduli di e-learning.

Workshop #YouthEmpowered

Insieme a Junior Achievement Italia, ogni anno promuoviamo i workshop online #YouthEmpowered, che vedono coinvolti i manager di Coca-Cola HBC Italia come mentori. In questi incontri della durata di 2 ore che nel 2025 hanno visto il coinvolgimento di quasi 6.000 studenti, i nostri colleghi condividono con i ragazzi esperienze personali e professionali in ottica di un percorso di crescita. Inoltre, tra novembre e dicembre 2025 abbiamo tenuto, assieme a dei formatori di CivicaMente, dei workshop #YouthEmpowered in presenza nelle scuole che hanno coinvolto oltre 1.800 studenti.

Ho.Re.Ca. Masterclass

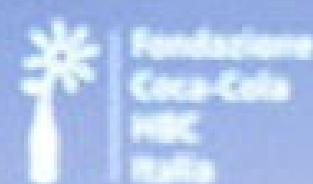
Con il progetto Ho.Re.Ca. Masterclass, in collaborazione con Junior Achievement, diamo la possibilità agli studenti del 4° e 5° anno delle scuole superiori di imparare e apprendere su specifiche tematiche legate alla vendita, al marketing e al settore Ho.Re.Ca. in generale confrontandosi con nostri colleghi, professionisti del settore e nostri clienti durante un ciclo di masterclass online dedicate. In occasione dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026, Coca-Cola ha trasformato l'evento in un'occasione formativa per i ragazzi, erogando un ciclo di 4 masterclass su marketing, vendita, ospitalità e turismo, 10 borse di studio dal valore di 4.000€ e un'esperienza sul campo a stretto contatto con i dirigenti coinvolti nell'organizzazione dell'evento.

27. www.impresainazione.it e www.educazionedigitale.it





CONFERITO DA



GIRLS IN STEM

Girls in STEM e borse di studio in memoria di Enza Cappabianca

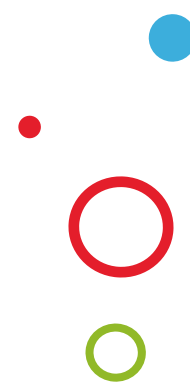
Con l'obiettivo di avvicinare e promuovere percorsi di crescita per le studentesse negli ambiti tecnico-scientifici, nell'ambito del programma di Junior Achievement "Impresa in Azione", abbiamo dato continuità per il quinto anno consecutivo al premio Girls in STEM, promosso da Fondazione Coca-Cola HBC Italia. Le cinque vincitrici, selezionate per intraprendenza, capacità di leadership e competenza, hanno la possibilità di partecipare a un incontro di mentoring con le nostre manager di Coca-Cola HBC Italia e, successivamente, di visitare uno dei nostri stabilimenti, per scoprire i meccanismi e il modo in cui lavoriamo. L'azienda ha 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 STEM²⁸, affiancata da una formazione specifica agli insegnanti sull'empowerment femminile, per poter dare alle giovani studentesse una maggiore consapevolezza in fase di orientamento. Inoltre, con l'obiettivo di favorire la formazione tecnico-scientifica delle studentesse più talentuose, dal 2023 abbiamo indetto due borse di studio del valore di 3.000€ ciascuna in memoria di Enza Cappabianca, Alumna JA e vincitrice del premio Girls in STEM, che resta una fonte di ispirazione per tutte le giovani donne appassionate alle materie STEM.

2 borse di studio
dal valore di 3.000 € ciascuna
in memoria di **Enza Cappabianca**

28. www.jaitalia.org/girls-in-stem



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 S.r.l. e della sua controllata Fonti del Vulture S.r.l. (di seguito Coca-Cola HBC Italia). Eventuali limitazioni di perimetro sono esplicitamente segnalate nel testo. Il Documento rendiconta le attività e i risultati non finanziari che hanno caratterizzato l’esercizio 2025, 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..

A partire dal 2023, sono stati inclusi anche i dati e le informazioni che riguardano le performance ambientali dello stabilimento di Roccaforte Mondovì (CN). 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’affidabi-

lità 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 (AA-1000SES) 2015. Le informazioni quantitative di dettaglio in riferimento agli indicatori GRI selezionati per il Rapporto di Sostenibilità sono riportate 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 Beverage 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

Coca-Cola HBC Italia S.r.l. è una società a socio unico, facente parte del Gruppo Coca-Cola HBC in particolare il capitale sociale interamente versato e detenuto al 100% da CC BEVERAGES HOLDINGS II B.V, al 31 dicembre 2025 è pari a euro 172.000.000,00, invariato rispetto al precedente esercizio. Fonti del Vulture S.r.l. è una joint venture, posseduta al 50% da Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e al 50% da Sibil S.r.l., quest’ultima facente parte del Gruppo The Coca-Cola Company.

I consiglieri di amministrazione sono 4, in numero uguale espressione delle due società. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione ha la rappresentanza e la firma sociale. In caso di assenza o di impedimento del Presidente tutte le sue attribuzioni spettano al Vicepresidente. Il capitale sociale di Fonti del Vulture s.r.l. al 31 dicembre 2025, è pari a euro 3.425.027,00, invariato rispetto al pre-



cedente esercizio. La gestione di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture è affidata ai rispettivi Consigli di Amministrazione ed è sottoposta al controllo della Società di Revisione e del Collegio Sindacale per Coca-Cola HBC, nonché del Sindaco Unico per quanto riguarda Fonti del Vulture. 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 Presidente del Consiglio di Amministrazione di entrambe le Società 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.

GLI STRUMENTI CHE REGOLANO LA CONDOTTA AZIENDALE per Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e per Fonti del Vulture S.r.l.

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 del Gruppo Coca-Cola HBC, che sancisce l'impegno delle 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 delle 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 S.r.l. e Fonti del Vulture S.r.l. hanno 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, le Società con il supporto dell'ufficio legale, pianificano 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 S.r.l. e Fonti del Vulture S.r.l. 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 S.r.l., così come quello di Fonti del Vulture S.r.l., organizza periodicamente incontri con i dipendenti delle diverse funzioni al fine di monitorare la conformità rispetto al Modello Organizzativo, che mira 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 S.r.l. e altri soggetti terzi, oltre a disciplinare puntualmente i limiti per regali, pasti, intrattenimenti e prodotti gratuiti che possono essere offerti per conto dell'azienda o accettati senza la preventiva approvazione legale.

Sia Coca-Cola HBC Italia S.r.l. che Fonti del Vulture S.r.l., inoltre hanno implementato un sistema di whistleblowing tramite la linea dedicata "Speak-Up!", attiva 24/7 sia online (www.coca-colahellenic.ethicspoint.com) sia via telefono, che rappresenta un modo sicuro e diretto attraverso cui segnalare potenziali violazioni in totale anonimato e confidenzialità e attraverso cui richiedere maggiori informazioni sul Codice di Condotta e le policy aziendali. La linea è gestita esternamente da un fornitore terzo ed è disponibile sia per i dipendenti sia per gli stakeholder esterni. Tutti gli eventuali reclami relativi a potenziali violazioni del Codice di Comportamento, del Manuale Anticorruzione, del Modello 231 e delle altre policy della Società vengono esaminati e gestiti adottando adeguate misure per tutelare i segnalanti da fenomeni ritorsivi. I reclami ricevuti relativi a questioni non coperte dal Codice di condotta aziendale vengono indirizzati al dipartimento di competenza per una appropriata gestione. Le violazioni accertate, oltre ad essere tracciate, possono comportare cambiamenti decisionali così come procedurali rilevanti.



Il modello di organizzazione gestione e controllo ai sensi del d.Lgs. 231/2001 per Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e Fonti del Vulture S.r.l.

Ciascuna Società ha adottato il proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, con apposite delibere del Consiglio di Amministrazione e successivamente integrate e aggiornate. Entrambi i Modelli rispondono 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. Le due Società hanno predisposto il Modello ispirandosi al Codice di Comportamento degli Affari, al Sistema di Controlli interni già implementato e ai principi definiti dalle Linee Guida predisposte da Confindustria. È prevista una revisione periodica dei Modelli, così che siano costantemente aggiornati rispetto alle modifiche legislative e adeguati rispetto ai cambiamenti organizzativi. I Modelli di organizzazione, gestione e controllo sono costituiti 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 di Fonti del Vulture S.r.l. e Coca-Cola HBC Italia S.r.l. 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 dedica-

ta, l'Organismo riceve le segnalazioni di dipendenti e di terzi, che vengono trattate in maniera confidenziale. Il membro interno degli Organismi di Vigilanza collegiali è anche membro del Comitato etico di Coca-Cola HBC Italia.

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

In linea con le politiche del Gruppo Hellenic, è stato adottato da ambo le Società il Manuale della Concorrenza che definisce le 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 ed alle

altre funzioni correlate per assicurarne la corretta comprensione ed osservanza, nonché specifica formazione in aula per l'approfondimento delle diverse tematiche tenuta dalla funzione legale.

Data protection

Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e Fonti del Vulture S.r.l. hanno adottato diverse policies in tema di protezione dei dati personali, tra cui la Data Privacy Policy, che stabilisce le pratiche che devono essere adottate presso le Società sulla base delle leggi, anche locali, per la protezione dei Dati Personali. Le policy sono applicabili a tutti i tipi di dati, sistemi informatici, attività e procedure utilizzate all'interno delle Società e che riguardano la raccolta, la memorizzazione, l'uso e la trasmissione dei Dati Personali. Le regole ed i principi contenuti nelle policy devono essere rispettate da tutti i dipendenti e collaboratori delle Società, nonché dai partner commerciali esterni (come fornitori, appaltatori, ed altri fornitori di servizi) che ricevono, inviano, raccolgono, utilizzano o trattano a vario titolo ed in qualunque modo i Dati Personali per conto delle Società.



La gestione degli impatti sulla biodiversità

Il tema della tutela e della biodiversità viene gestito da CCHBC attraverso il Biodiversity Statement, la politica che indica l'obiettivo di mitigare gli impatti sulla biodiversità nelle aree critiche delle attività operative e della catena di approvvigionamento entro il 2040, e di eliminare la deforestazione dalla catena di approvvigionamento. La politica si applica a livello di Gruppo e pertanto copre il perimetro di attività e la catena di fornitura di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e Fonti del Vulture S.r.l. ove rilevante. Attraverso il Biodiversity Statement, CCHBC si impegna a promuovere la gestione sostenibile delle foreste e a contribuire alla protezione dei boschi dalla deforestazione e dal disboscamento illegale. I Principle for Sustainable Agriculture (PSA) dettano gli indirizzi per raggiungere l'acquisto del 100% delle materie prime agricole nel rispetto della biodiversità e del benessere animale. Tale obiettivo è perseguito a livello di Gruppo anche nel coinvolgimento dei fornitori.

Gli obiettivi fissati sono in linea con il Quadro globale per la biodiversità di Kunming-Montreal e con la sua missione di arrestare e invertire la perdita di biodiversità per avviare al recupero degli stock naturali, oltre a contribuire alla EU 2030 Biodiversity Strategy.

A livello di Gruppo sono stati identificati i seguenti target:

- Eliminazione della deforestazione nella catena di fornitura entro il 2025 (cellulosa e carta); anno di baseline 2020; avanzamento: 93% senza disboscamento e certificato secondo gli standard PEFC o FSC. L'obiettivo non è stato ancora raggiunto a causa della mancanza di certificazione da parte di quattro fornitori;
- 100% approvvigionamento sostenibile (rispetto ai PSA per i principali prodotti agricoli) entro il 2025; anno di baseline 2017; avanzamento: 95%, 100% per i Paesi EU.

Mission Refresh è la nuova strategia di sostenibilità di CCHBC, che

indica i nuovi impegni e obiettivi da raggiungere, tra cui quelli che riguardano la biodiversità:

- raggiungere il 100% di conformità al regolamento UE sulla deforestazione (mercati EU).
- ridurre gli sprechi e le perdite alimentari del 40% entro il 2030 (baseline 2019).

Il raggiungimento degli obiettivi indicati dal Biodiversity Statement è direttamente connesso alla riduzione delle emissioni climalteranti e all'utilizzo di risorse idriche.

CCHBC ha aderito al Corporate Engagement Program del Science Based Targets Network, adottato le linee guida SBTN per sviluppare la valutazione degli impatti sulla biodiversità e avviato le attività che riguardano i primi due step previsti:

1. identificare gli impatti più rilevanti e localizzarli nella catena del valore;
2. prioritizzare gli impatti selezionati.

Per mitigare gli impatti legati alla catena di fornitura, CCHBC collabora con i fornitori per la gestione dei rischi legati alla conversione dei terreni e lo sviluppo di un sistema di monitoraggio adeguato a misurare la deforestazione. I fornitori sono tenuti a compilare annualmente la Supplier Letter of Attestation, un questionario di autovalutazione introdotto nel 2024 che consente di valutare la conformità ai PSA e di individuare potenziali rischi di non conformità.

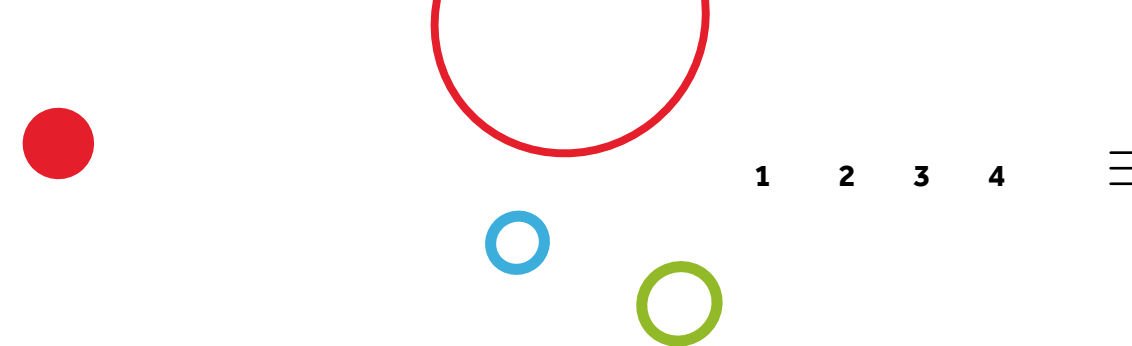
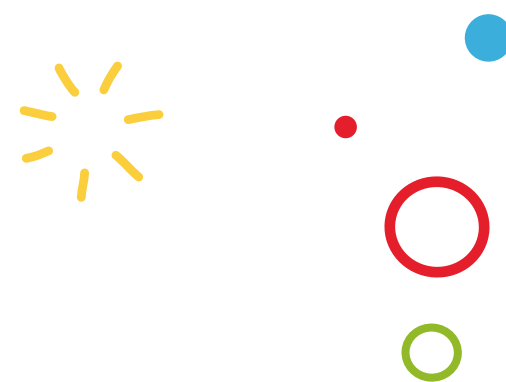
A livello di Gruppo vengono mappate tutte le attività operative, le materie prime e i fornitori critici. CCHBC adotta un approccio risk-based con il supporto di EcoVadis. La trasparenza e la tracciabilità delle catene di approvvigionamento dei materiali vengono garantite attraverso schemi di certificazione/verifica o assicurando che i fornitori dispongano di un sistema di tracciabilità dell'approvvigionamento solido e conforme alle aspettative di Gruppo. A livello di Gruppo viene portato avanti un continuo percorso di coinvolgimento degli

stakeholder in cui vengono affrontate le tematiche di sostenibilità (Annual Stakeholder Forum), tra cui la biodiversità. Nell'ambito delle procedure di autorizzazione ambientale e dei confronti con le autorità competenti in materia, vengono consultati diversi stakeholder, quali ONG, esperti ambientali e di settore (in materia di inquinamento, risorse idriche e biodiversità) e le comunità interessate. A livello di country, vengono coinvolti gli stakeholder locali per mappare le esigenze dei territori e favorire la preservazione delle risorse.

Il Biodiversity Impact & Risk Assessment condotto a livello di Gruppo ha portato all'individuazione di 7 impianti nelle immediate vicinanze di aree protette per i quali non sono stati individuati impatti diretti sulla biodiversità, per quanto riguarda la conversione di suolo. Nessun di questi siti è sul territorio italiano. Pertanto, non sono state messe in atto misure di riduzione, ripristino o risanamento, compensazioni, prima di misure trasformative e azioni di conservazione. I progetti AFI e Boscaja a Nogara sono iniziative di conservazione e ripristino di carattere volontario. Coca-Cola HBC porterà a termine un'analisi di prossimità sui propri siti e, per quanto concerne la risorsa idrica, verranno condotte ulteriori valutazioni in ottica di allineamento con il Water Risk Assessment.

L'assessment ha identificato i prodotti nella catena di fornitura con gli impatti più significativi sulla biodiversità per quanto riguarda la conversione di suolo e i relativi Paesi di provenienza. Per quanto riguarda il perimetro italiano, allo stato attuale dell'assessment, arance e zucchero di canna sono gli unici prodotti provenienti da paesi per i quali è stato identificato l'impatto sulla conversione dell'utilizzo di suolo (Brasile).

L'analisi di tali prodotti verrà completata nei prossimi anni al fine di poter comprendere meglio gli impatti correlati alla conversione dell'ecosistema naturale, alla conversione da un ecosistema intensamente utilizzato o modificato, allo sfruttamento delle risorse naturali (acqua), e all'inquinamento.



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 CO₂ 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 Refresh, frutto delle politiche ambientali del nostro Gruppo Coca-Cola HBC, che indica la direzione da perseguire grazie a specifici obiettivi su diversi livelli. "NetZero40" 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 "Ambiente".

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 con 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 al capitolo "Identità: guardiamo lontano per accogliere il cambiamento" e al paragrafo "Strumenti e sistema di governo".

CITTADINANZA D'IMPRESA

- **I principali impatti:** il nostro impegno verso i territori in cui operiamo e la partecipazione alla vita locale generano valore condiviso e promuovono la crescita delle comunità stesse, con una particolare attenzione allo sviluppo di competenze nei giovani

talenti. Un continuo dialogo con gli stakeholder favorisce una lettura puntuale delle evoluzioni di contesto, su scala nazionale e locale, necessario per contribuire attivamente a nuove esigenze e creare le condizioni per operare in un terreno fertile, 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 20 anni siamo storici partner di Banco Alimentare, Special Olympics Italia e tante altre piccole associazioni e iniziative locali. Portiamo avanti con impegno il programma #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 "Comunità".

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 direttamente e indirettamente, 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.



Facciamo parte di un sistema che si conferma la prima realtà nel settore delle bibite e delle bevande, sia in termini di risorse generate e distribuite, sia per il ruolo chiave a livello occupazionale. Generiamo valore lungo tutta la filiera, a partire dalle persone che hanno cura delle materie prime utilizzate nei prodotti, i nostri collaboratori, la forza vendita, la rete di fornitori e fino a tutti i soggetti che a vario titolo beneficiano della nostra presenza sui territori. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda ai capitoli "Identità" e "Comunità".

BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI

- **I principali impatti:** generiamo posti di lavoro definendo percorsi di inserimento di giovani risorse in azienda 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:** con il programma International Leadership diamo ai giovani la possibilità di ricoprire diversi ruoli in ambito commerciale a livello internazionale. 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 2025 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 "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 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 riguarda 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 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. Nel 2024 abbiamo promosso la cultura del riconoscimento con il "Manifesto del Linguaggio Inclusivo".

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 pratiche 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 le associazioni dei territori in cui siamo presenti. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda ai capitoli "Persone" e "Comunità".



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 nuovi gusti e formati più piccoli e pratici, per consentire a tutti di scegliere la giusta porzione. Seguiamo policy interne e abbiamo sottoscritto autoregolamentazioni per promuovere un marketing responsabile, in particolare verso i bambini, nelle scuole e nella commercializzazione di prodotti alcolici. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda ai paragrafi "Il nostro modo di fare impresa" e "La vita 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 "Identità".

PACKAGING E GESTIONE DEI RIFIUTI

- **I principali impatti:** In un contesto dove l'utilizzo delle risorse e la gestione dei rifiuti tendono a diventare temi sempre più critici, l'azienda investe sulla progettazione, produzione e gestione del packaging lungo tutta la catena del valore per limitare gli impatti generati sull'ambiente. Questi derivano principalmente dai processi produttivi, che gravano sugli stock naturali attraverso l'utilizzo di risorse e materie prime, dalla produzione e dallo smaltimento di rifiuti, prevalentemente non pericolosi, responsabili dell'inquinamento del suolo e delle acque;
- **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. La produzione di bottiglie in plastica riciclata (rPET) nello stabilimento di Gaglianico è il manifesto dell'impegno del Gruppo per promuovere un'economia circolare e la valorizzazione del rifiuto attraverso il riciclo. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al paragrafo "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 coincide 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 partono da un'accurata scelta delle materie prime. Svolgiamo numerose analisi chimico-fi-



siche 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 "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 paragrafi "L'origine delle nostre bevande" e "Sete di qualità".

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 agli 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 (Sup-

plier 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 CO2 in tutta la filiera produttiva, a partire dalla produzione di materie prime. In fase di selezione il fornitore è tenuto a rispettare le "Specifiche per la fornitura di servizi di trasporto" 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 paragrafi "L'origine delle nostre bevande" e "Basi solide per una catena di fornitura sostenibile".

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 respon-

sabile 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 2024 aderiamo allo standard di certificazione volontaria UNI ISO 46001:2021 per la gestione della risorsa idrica, sostituendo la precedente certificazione AWS (Alliance for Water Stewardship). Collaboriamo con le realtà locali per promuovere iniziative a tutela della risorsa idrica, come il progetto AFI nei pressi dello stabilimento di Noga. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al paragrafo "Il valore dell'acqua".

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 CO₂, 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. 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 ai paragrafi "Innovare per processi produttivi più efficienti" e "Le vite del packaging".

TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ

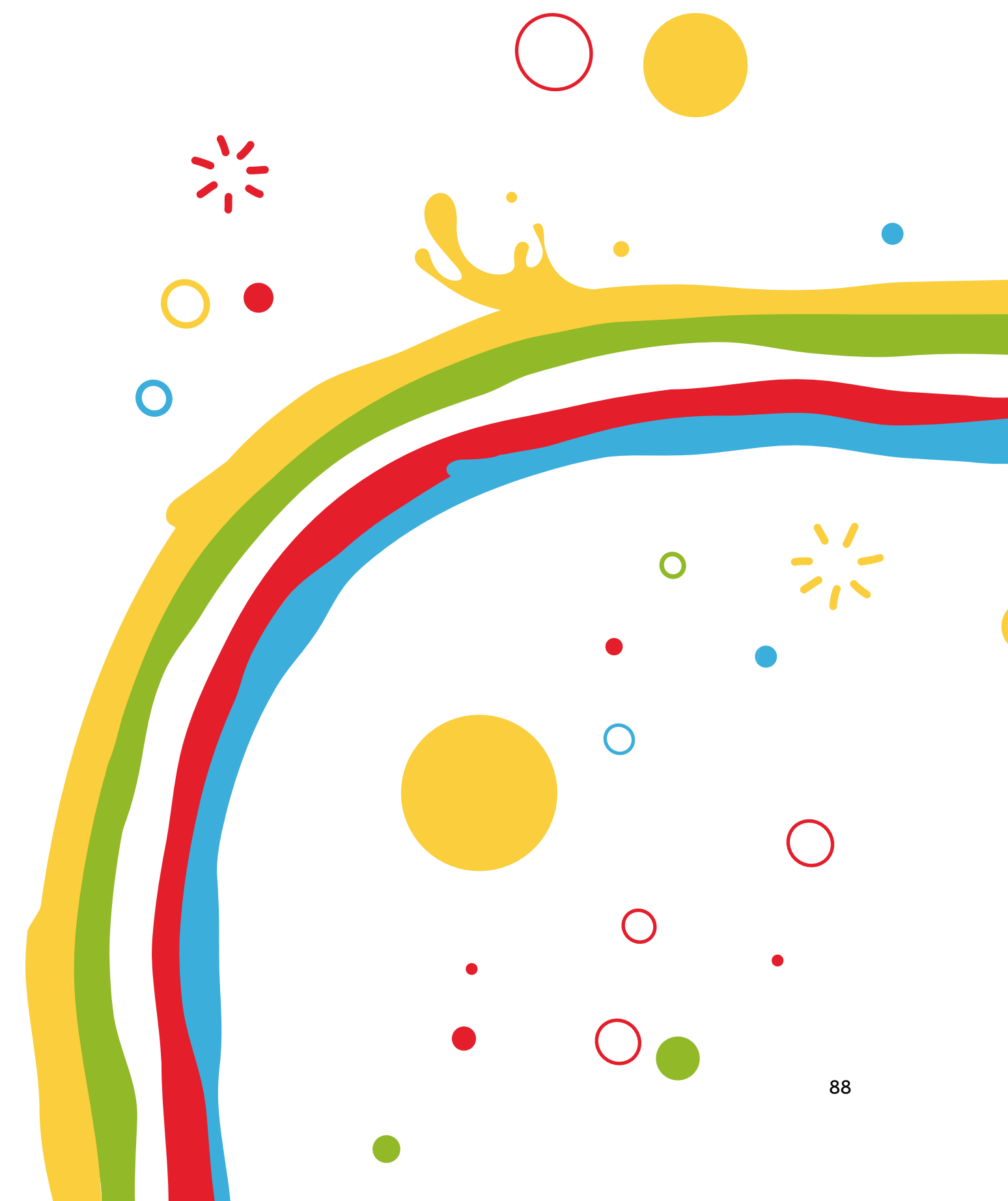
- **I principali impatti:** il rispetto degli ecosistemi è fondamentale per preservare la biodiversità. Le pressioni antropiche sull'ambiente come l'uso intensivo del suolo, l'inquinamento e lo sfruttamento eccessivo delle risorse, stanno mettendo in crisi l'equilibrio degli ecosistemi. Le attività industriali, 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:** ci siamo impegnati per raggiungere un impatto netto positivo sulla biodiversità nelle aree in cui si sviluppano le nostre attività operative e della nostra catena di approvvigionamento entro il 2040. Promuoviamo una gestione forestale sostenibile e contribuiamo alla protezione dei boschi dalla deforestazione e dal disboscamento illegale.

Non vengono avviate nuove attività di imbottigliamento all'interno o in prossimità di siti che ospitano una biodiversità di importanza globale o nazionale, e in quelle già situate all'interno o in prossimità di aree di rilevanza sotto l'aspetto della biodiversità applichiamo l'apposito protocollo di mitigazione. Presidiamo ogni attività tramite la Valutazione della Vulnerabilità delle Fonti (SVA) e rendiamo conto in modo trasparente del numero di siti adiacenti o situati in aree più rilevanti, per i quali, a livello di Gruppo, svolgiamo il Biodiversity Impact & Risk Assessment. L'87% della superficie dello stabilimento di Rionero è adibito ad area verde che ospita piantumazioni di alberi decorativi e da frutto e rappresenta una potenziale area di attrazione di sviluppo della fauna locale. Con il progetto AFI, inoltre, concorriamo al miglioramento del paesaggio e l'incremento della biodiversità. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al paragrafo "Il valore dell'acqua".

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 2025 è proseguito il nostro impegno a fianco di Fondazione Banco Alimentare Onlus. Per ulteriori approfondimenti, si rimanda al capitolo "Supporto alle comunità locali".





Standard GRI

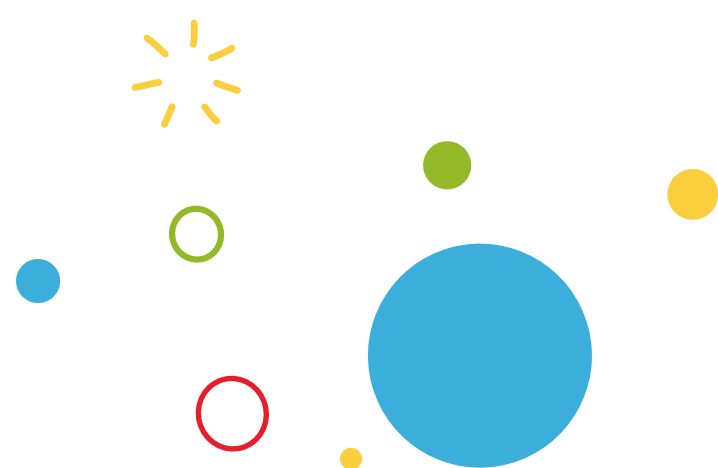
Correlazione dei temi materiali con gli standard GRI e coinvolgimento negli impatti

TEMA MATERIALE	ASPETTO DEL GRI	RUOLO DI COCA-COLA HBC ITALIA E FONTI DEL VULTURE
CAMBIAMENTO CLIMATICO	GRI 302: Energia (2016) GRI 305: Emissioni (2016)	Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
GOVERNANCE RESPONSABILE	GRI 205: Anticorruzione (2016) GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016)	Causato
CITTADINANZA D'IMPRESA	GRI 203: Impatti economici indiretti (2016) GRI 413: Comunità locali (2016)	Causato e a cui contribuiscono
GENERAZIONE E CONDIVISIONE DI VALORE	GRI 201: Performance economica (2016)	Causato
BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI	GRI 401: Occupazione (2016) GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (2016) GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018) GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	Causato
DIRITTI UMANI, INCLUSIONE E GESTIONE DELLA DIVERSITÀ	GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016) GRI 406: Non discriminazione (2016) GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (2016) GRI 408: Lavoro minorile (2016) GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio (2016)	Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILE	GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)	Causato e a cui contribuiscono



Standard GRI

Correlazione dei temi materiali con gli standard GRI e coinvolgimento negli impatti



TEMA MATERIALE	ASPETTO DEL GRI	RUOLO DI COCA-COLA HBC ITALIA E FONTI DEL VULTURE
BENESSERE E NUTRIZIONE	/	Causato e a cui contribuiscono
PACKAGING E GESTIONE DEI RIFIUTI	GRI 301: Materiali (2016) GRI 306: Rifiuti (2020)	Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
QUALITÀ DEL PRODOTTO	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)	Causato e a cui contribuiscono
APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE	GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016) GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016) GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)	A cui contribuiscono e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
GESTIONE RESPONSABILE DELL'ACQUA	GRI 303: Acqua e scarichi idrici (2018)	Causato
INNOVAZIONE	/	Causato e a cui contribuiscono
TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ	/	Causato e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali
CONTRASTO ALLA PERDITA E ALLO SPRECO ALIMENTARE	/	A cui contribuisce e direttamente correlate tramite i loro rapporti commerciali



Dati analitici

			2025	2024	2023
PRODUZIONE					
	Litri totali di bevande prodotti	lpb	1.392.437.001	1.346.310.630	1.310.292.612
MATERIALI					
301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso o volume				
	Zuccheri e altri dolcificanti	t	86.420	89.975	87.317
	Concentrato	t	4.069	4.349	4.175
	Concentrato di succo	t	2.745	2.994	3.326
	CO ₂ alimentare	t	15.232	14.642	14.958
	Plastica di origine vegetale (bottiglie)	t	19.603	19.535	20.771
	Etichette di cartone ¹	t	230	198	560
	Cartone	t	10.920	11.231	12.268
	Legno (bancali) ²	t	13.169	16.286	8.171
	Totale materiali rinnovabili	t	152.388	159.211	151.545
	Azoto	t	1.667	1.810	2.116
	PET (bottiglie)	t	3.450	4.409	4.353
	Tappi di plastica	t	2.199	2.282	2.536
	Tappi a corona (metallo)	t	427	415	402
	Imballi secondari di plastica	t	4.819	4.913	5.057
	Vetro (bottiglie)	t	44.763	40.386	42.243
	Alluminio (lattine)	t	13.151	12.553	11.972
	Totale materiali non rinnovabili	t	70.476	66.769	68.679
	Totale materiali	t	222.863	225.980	220.224

1. Nel corso del 2024 è stato affinato e aggiornato il peso di alcune etichette apportando una miglioria al sistema di monitoraggio del dato. Per tal motivo, si segnala una limitata comparabilità del dato rispetto agli esercizi precedenti.

2. Nel corso del 2024 è stata apportata una miglioria della metodologia di calcolo, in particolare per il sito di Nogara si è avviato un monitoraggio del peso effettivo di ogni singolo pallet in sostituzione della precedente stima che utilizzava un valore medio. Per tale motivo, si segnala una limitata comparabilità del dato rispetto agli esercizi precedenti.



Dati analitici

			2025	2024	2023
ENERGIA³					
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione				
Combustibile non rinnovabile					
	Olio di riscaldamento leggero	MJ	283.404	214.308	163.440
	Gas naturale	MJ	206.783.449	224.911.405	216.364.683
	GPL ⁴	MJ	30.024	30.024	30.024
	Carburante per flotta aziendale da fonti non rinnovabili	MJ	82.840.043	83.129.487	90.764.131
	Totale combustibile non rinnovabile	MJ	289.936.920	308.285.224	307.322.278
Combustibile rinnovabile					
	Energia biogenica prodotta	MJ	-	-	-
	Elettricità rinnovabile venduta (biogenica)	MJ	-	-	-
	Totale combustibile rinnovabile	MJ	-	-	-
Energia elettrica negli stabilimenti⁵					
	Energia elettrica rinnovabile (acquistata dalla rete e certificata GO)	MJ	50.785.178	53.921.541	57.316.828
	Energia elettrica non rinnovabile (da CHP non di proprietà)	MJ	182.372.418	170.457.840	166.925.690
	Energia elettrica non rinnovabile - Siti remoti (acquistata dalla rete)	MJ	872.708	845.280	991.577
	Energia elettrica per autotrazione (acquistata c/o punti di ricarica esterni)	MJ	1.322.312	431.870	287.712
	Consumo totale di energia elettrica	MJ	235.352.616	225.656.632	225.521.807
	Riscaldamento	MJ	6.898.021	5.231.275	5.611.014
	Raffreddamento	MJ	9.083.252	9.545.885	10.449.025
	Vapore	MJ	34.564.039	30.900.758	31.738.529
	Consumo totale di energia all'interno dell'organizzazione	MJ	575.834.849	579.619.674	580.642.653
	di cui da fonti non rinnovabili	MJ	525.049.671	525.698.133	522.334.248
	di cui da fonti rinnovabili	MJ	50.785.178	53.921.541	58.308.405
302-3	Intensità energetica⁶	MJ/lbp	0,35	0,35	0,36

3. I fattori di conversione utilizzati sono basati sul valore calorico, in linea con il manuale di Coca-Cola HBC.

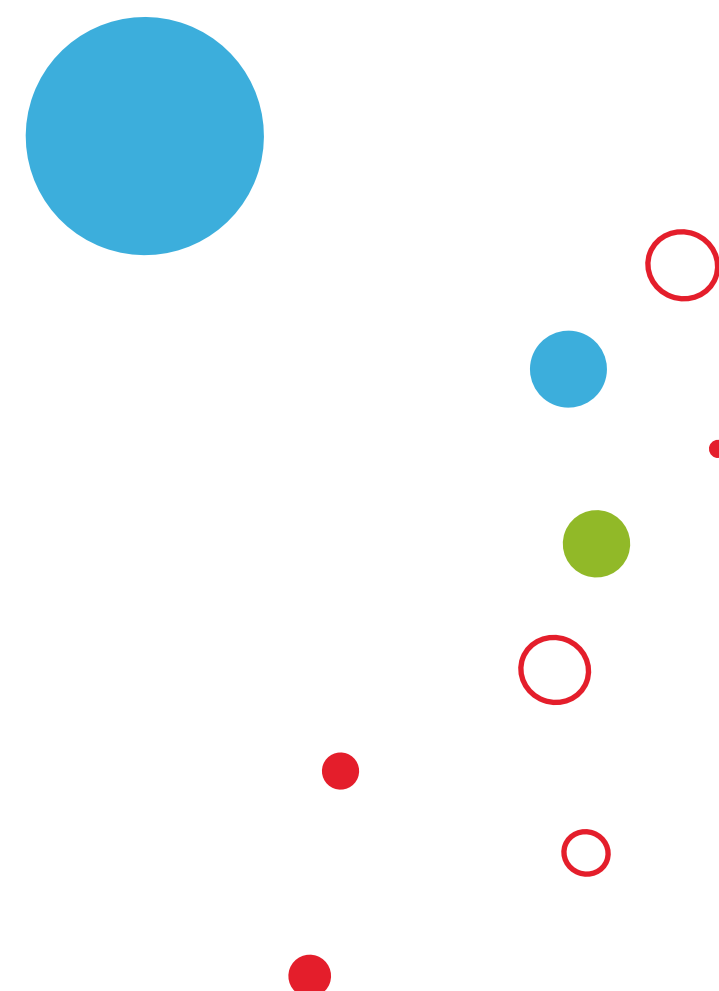
4. I consumi di GPL presso lo stabilimento di Marciacise sono frutto di stima secondo le migliori metodologie disponibili.

5. Dai consumi di energia elettrica rinnovabile (acquistata dalla rete e certificata GO) sono stati esclusi quelli relativi alla sede di Sesto San Giovanni (MI), il cui acquisto non è gestito direttamente da Coca-Cola HBC Italia, riallocati alla voce energia elettrica non rinnovabile - siti remoti (acquistata dalla rete), per tali ragioni i dati 2023 sono stati

6. 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.



Dati analitici



			2025	2024	2023
ACQUA					
303-3	Acqua totale prelevata per fonte				
	Acquedotti	MI	197	177	181
	Acque sotterranee (pozzo, sorgenti)	MI	2.747	2.554	2.280
	Totale prelievi idrici	MI	2.944	2.731	2.460
Acqua totale prelevata da aree sottoposte a stress idrico per fonte					
	Acquedotti	MI	197	-	-
	Acque sotterranee (pozzo, sorgenti)	MI	1.494	513	433
	Totale prelievi idrici da aree sottoposte a stress idrico	MI	1.691	513	433
EMISSIONI⁷					
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)				
	da combustibile non rinnovabile	tCO ₂	16.126	17.059	17.218
	<i>di cui carburante per flotta di proprietà</i>	tCO ₂	5.759	5.744	6.352
	da CDE- liquidi refrigeranti frigovetrine	tCO ₂	47	122	153
	da perdite (durante la produzione)	tCO ₂	7.244	7.074	7.382
	Totale emissioni dirette di GHG (Scope 1)	tCO₂	23.417	24.255	24.752
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)⁸				
	da energia elettrica utilizzata (Scope 2 - Location Based)	tCO ₂	12.111	10.738	10.269
	da energia elettrica utilizzata (Scope 2 - Market Based)	tCO ₂	7.713	6.500	5.763
	da altre fonti energetiche (riscaldamento, raffreddamento, vapore)	tCO ₂	5.536	4.862	4.575
	Totale emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2 - Location Based)	tCO₂	17.647	15.600	14.844
	Totale emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2 - Market Based)	tCO₂	13.248	11.362	10.338
	Totale emissioni (Scope 1 e Scope 2 - Location Based)	tCO₂	41.064	39.856	39.596
	Totale emissioni (Scope 1 e Scope 2 - Market Based)	tCO₂	36.666	35.617	35.090

7. Le fonti dei fattori di emissione utilizzati per i calcoli vengono indicate all'interno dell'Indice dei contenuti GRI.

8. Dai consumi di energia elettrica rinnovabile (acquistata dalla rete e certificata GO) sono stati esclusi quelli relativi alla sede di Sesto San Giovanni (MI), il cui acquisto non è gestito direttamente da Coca-Cola HBC Italia, riallocati alla voce energia elettrica non rinnovabile - siti remoti (acquistata dalla rete), per tali ragioni i dati 2023 sono stati riesposti.



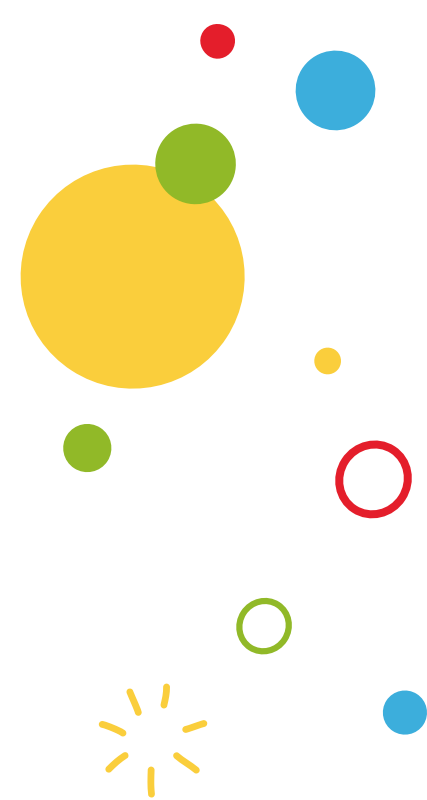
Dati analitici

			2025	2024	2023
EMISSIONI					
305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)⁹				
	da energia elettrica per frigoservizi	tCO ₂	9.847	37.995	45.154
	da packaging	tCO ₂	151.979	144.783	156.516
	da zuccheri e dolcificanti	tCO ₂	44.336	84.940	83.607
	da camion per distribuzione e trasporto (non di proprietà)	tCO ₂	23.511	14.929	9.205
	da altri mezzi di trasporto	tCO ₂	-	8	68
	da CO ₂ nel prodotto	tCO ₂	7.627	7.221	7.576
	da CO ₂ per uso alimentare	tCO ₂	4.392	4.186	3.754
	da energia termica di siti remoti	tCO ₂	1.537	116	82
	upstream (da attività legate ai combustibili e all'energia)	tCO ₂	13.409	n.d.	n.d.
	da settore agroforestale e utilizzo del suolo (FLAG)	tCO ₂	33.815	n.d.	n.d.
	da fine vita dei prodotti	tCO ₂	21.683	n.d.	n.d.
	Totale altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	tCO₂	312.137	294.179	305.963
INTENSITÀ EMISSIVA					
305-4	Intensità emissiva (Scope 1, Scope 2 - Market Based e Scope 3)	gCO₂/lbp	250,7	245,0	260,3
RIFIUTI					
306-3; 306-4; 306-5	Totale rifiuti prodotti	t	20.180	18.245	17.376
	Totale rifiuti non pericolosi prodotti	t	20.017	18.195	17.344
	<i>di cui trattati in loco</i>	t	-	-	-
	<i>di cui trattati presso sito esterno</i>	t	20.017	18.195	17.344
	Riciclati	t	16.712	14.992	15.194

9. A seguito dell'aggiunta di 3 categorie emissive (emissioni da attività upstream legate ai combustibili e all'energia, da settore agroforestale e utilizzo del suolo (FLAG) e da fine vita dei prodotti) durante l'esercizio 2025, si segnala una limitata comparabilità del dato di Scope 3 rispetto agli esercizi precedenti.



Dati analitici



			2025	2024	2023
RIFIUTI					
	Avviati ad incenerimento senza recupero di energia	t	-	-	-
	Avviati ad incenerimento con recupero di energia	t	-	-	-
	Avviati a compostaggio	t	3.304	3.202	2.144
	Smaltiti in discarica	t	-	1	5
	Totale rifiuti pericolosi prodotti	t	163	50	33
	<i>di cui trattati in loco</i>	t	-	-	-
	<i>di cui trattati presso sito esterno</i>	t	163	50	33
	Riciclati	t	149	45,7	32,4
	Avviati ad incenerimento senza recupero di energia	t	1,2	1,9	-
	Avviati ad incenerimento con recupero di energia	t	1,7	1,7	0,3
	Avviati a compostaggio	t	-	-	-
	Smaltiti in discarica	t	12,7	0,8	-
DATI SUL PERSONALE					
2-7	Numero totale dei dipendenti¹⁰	n.	2.076	1.994	2.047
	Uomini	n.	1.387	1.360	1.401
	Donne	n.	689	634	646
Dipendenti con contratto a tempo indeterminato					
	Uomini	n.	1.385	1.356	1.396
	Donne	n.	683	633	643
	Totale	n.	2.068	1.989	2.039

10. Sono esclusi dal computo del personale i dipendenti sui quali Coca-Cola HBC Italia non esercita un controllo totale e fattuale. Pertanto, sono esclusi il personale distaccato presso altre sedi del Gruppo Coca-Cola HBC e dirigenti del Gruppo che operano presso Coca-Cola HBC Italia



Dati analitici

			2025	2024	2023
DATI SUL PERSONALE					
Dipendenti con contratto a tempo determinato					
	Uomini	n.	2	4	5
	Donne	n.	6	1	3
	Totale	n.	8	5	8
Dipendenti a ore non garantite					
	Uomini	n.	-	-	-
	Donne	n.	-	-	-
	Totale	n.	-	-	-
Dipendenti a tempo pieno					
	Uomini	n.	1.387	1.360	1.400
	Donne	n.	661	607	619
	Totale	n.	2.048	1.967	2.019
Dipendenti a tempo parziale					
	Uomini	n.	-	-	1
	Donne	n.	28	27	27
	Totale	n.	28	27	28
2-8	Lavoratori non dipendenti				
	Numero totale di lavoratori somministrati, lavoratori di ditte residenti, lavoratori della logistica e manutentori	n.	399	373	414



Dati analitici

			2025	2024	2023
OCCUPAZIONE					
401-1	Nuove assunzioni e turnover				
Nuovi ingressi per genere e per fasce di età					
	Uomini	n.	132	86	199
	Donne	n.	114	61	110
	Under 30	n.	165	91	197
	Tra 30 e 50	n.	76	50	111
	Over 50	n.	5	6	1
	Totale	n.	246	147	309
Cessazioni per genere e fasce di età					
	Uomini	n.	105	121	99
	Donne	n.	58	69	48
	Under 30	n.	83	97	76
	Tra 30 e 50	n.	48	63	50
	Over 50	n.	32	30	21
	Totale	n.	163	190	147
Turnover dei dipendenti: tasso di assunzione					
	Uomini	%	9,5	6,3	14,2
	Donne	%	16,5	9,6	17,0
	Under 30	%	54,6	33,1	64,4
	Tra 30 e 50	%	7,1	4,8	9,9
	Over 50	%	0,7	0,9	0,2
	Totale	%	11,8	7,4	15,1



Dati analitici

			2025	2024	2023
OCCUPAZIONE					
Turnover dei dipendenti: tasso di cessazione					
	Uomini	%	7,6	8,9	7,1
	Donne	%	8,4	10,9	7,4
	Under 30	%	27,5	35,3	24,8
	Tra 30 e 50	%	4,5	6,1	4,4
	Over 50	%	4,6	4,4	3,4
	Totale	%	7,9	9,5	7,5
401-3	Congedo parentale				
Dipendenti che hanno diritto a congedi parentali					
	Uomini	n.	1.387	1.360	1.401
	Donne	n.	689	634	646
	Totale	n.	2.076	1.994	2.047
Dipendenti che hanno usufruito di congedi parentali					
	Uomini	n.	33	29	28
	Donne	n.	28	21	32
	Totale	n.	61	50	60
Dipendenti che sono rientrati al lavoro al termine del congedo parentale					
	Uomini	n.	32	29	28
	Donne	n.	27	15	26
	Totale	n.	59	44	54



Dati analitici

			2025	2024	2023
OCCUPAZIONE					
Dipendenti rientrati al lavoro al termine del congedo parentale che nei 12 mesi successivi sono ancora dipendenti dell'organizzazione					
	Uomini	n.	30	24	27
	Donne	n.	13	21	12
	Totale	n.	43	45	39
Tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito di congedi parentali					
	Uomini	%	97	100	100
	Donne	%	96	71	81
	Totale	%	97	88	90
Tasso di retention					
	Uomini	%	91	92	100
	Donne	%	87	84	86
	Totale	%	90	88	95
SALUTE E SICUREZZA - DIPENDENTI					
403-9	Infortunati sul lavoro				
	Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	n.	-	-	-
	Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	n.	-	-	1
	Numero di infortuni sul lavoro registrabili	n.	22	17	13
	Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	n.	-	-	-
	Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	n.	-	-	0,3
	Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	n.	6,5	5,1	3,95

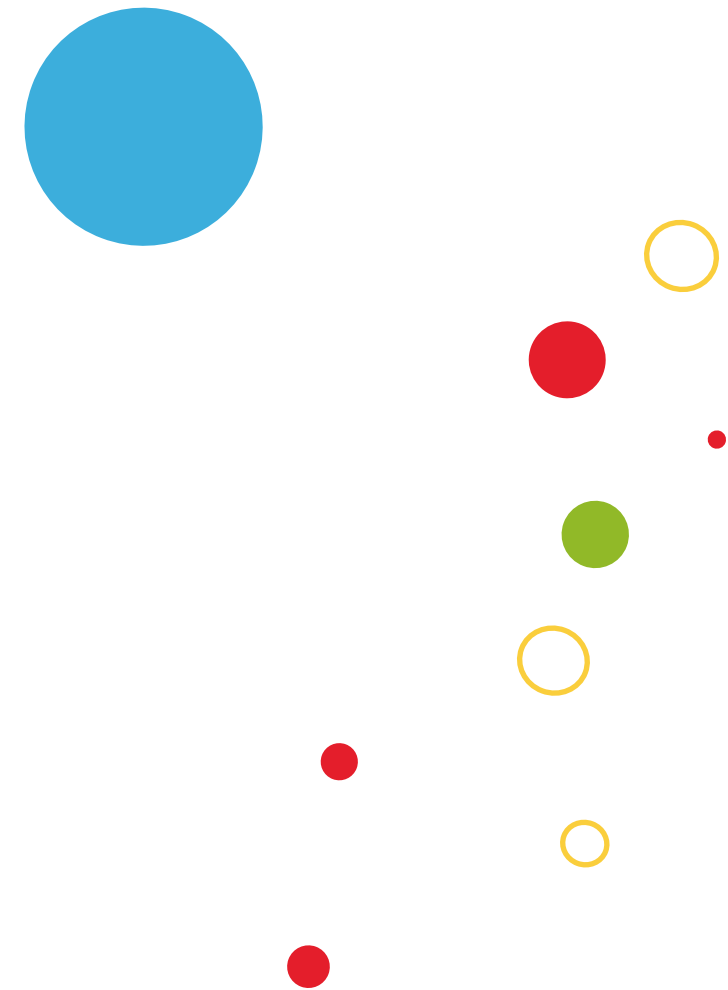


Dati analitici

			2025	2024	2023
SALUTE E SICUREZZA - DIPENDENTI					
	Principali tipologie di infortuni sul lavoro	n.	8 infortuni per: cadute/inciampi/scivolamenti 8 infortuni per: incidenti stradali subiti alla guida dell'auto 6 infortuni per: contatto con macchinari/attrezzature	9 infortuni per: cadute/inciampi/scivolamenti 5 infortuni per: incidenti stradali subiti alla guida dell'autovettura 2 infortuni per: investimento da veicoli in movimento 1 infortunio per: contatto con macchinari/attrezzature	6 infortuni per cadute/inciampi/scivolamenti 4 infortuni per contatto con macchinari/attrezzature 2 infortuni per incidenti stradali subiti alla guida dell'auto 1 infortunio per movimentazione manuale dei carichi
	Ore lavorate	n.	3.373.668	3.316.950	3.292.654
SALUTE E SICUREZZA - LAVORATORI ESTERNI					
	Infortuni sul lavoro				
	Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	n.	-	-	-
	Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	n.	-	-	1
	Numero di infortuni sul lavoro registrabili	n.	13	15	23
	Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	n.	-	-	-
	Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	n.	-	-	2,05
	Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	n.	7,5	12,6	47,2



Dati analitici



SALUTE E SICUREZZA - LAVORATORI ESTERNI		2025	2024	2023
Principali tipologie di infortuni sul lavoro	n.	6 infortuni per cadute/inciampi/scivolamenti 3 infortuni per contatto con corpi/sostanze estranee in occhio 3 infortuni per contatto con macchine/impianti 1 evento con dinamica non chiara	10 infortuni per contatto con macchine/impianti 5 infortuni per cadute/inciampi/scivolamenti	9 infortuni per contatto con macchine/impianti 7 infortuni per cadute/inciampi/scivolamenti 4 infortuni per ferite da taglio 2 infortuni per movimentazione manuale dei carichi 1 infortunio per contatto con sostanze chimiche
Ore lavorate	n.	1.735.711 ¹¹	1.194.992	487.254
MALATTIE PROFESSIONALI DIPENDENTI				
403-10	Malattie professionali			
	Numero di decessi derivanti da malattie professionali	n.	-	-
	Numero di casi di malattie professionali registrabili	n.	-	-
	Tipologie principali di malattie professionali		-	-

11. A partire da giugno 2024, il dato relativo alle ore lavorate dai lavoratori esterni viene monitorato in modo puntuale e non più tramite processo di stima. Per tale motivo si segnala una limitata comparabilità del dato rispetto agli esercizi precedenti a tale anno, a seguito dell'aggiornamento della metodologia di calcolo.



Dati analitici

FORMAZIONE			2025	2024	2023
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente				
	Totale	n.	31,4	27,8	28,1
	Ore medie di formazione annua per dipendente per genere				
	Uomini	n.	30,1	25,8	25,9
	Donne	n.	33,8	32,0	32,8
	Ore medie di formazione annua per dipendente per categoria professionale				
	Dirigenti	n.	41,7	27,5	22,1
	Quadri	n.	27,0	31,5	20,7
	Impiegati	n.	32,7	31,2	35,0
	Operai	n.	26,6	15,0	7,6
	Espatriati	n.	16,5	15,1	5,3
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale				
	Totale	%	76	77	78
	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale per genere				
	Uomini	%.	72	73	74
	Donne	%	85	86	85
404-3	Ore medie di formazione annua per dipendente per categoria professionale				
	Dirigenti	%	100	100	100
	Quadri	%	100	100	100
	Impiegati	%	92	95	93
	Operai	%	6	9	8
	Espatriati	%	100	100	100

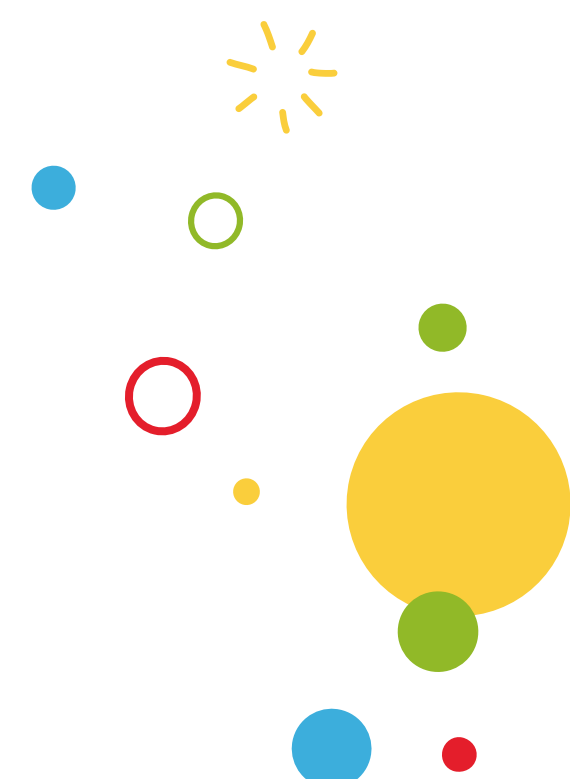


Dati analitici

			2025	2024	2023
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	%	-	-	-
	Tra 30 e 50	%	50	50	75
	Over 50	%	50	50	25
Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per genere FdV					
	Uomini	%	75	75	100
	Donne	%	25	25	-
Percentuale di individui negli organi di governo dell'organizzazione per fasce di età FdV					
	Under 30	%	-	-	-
	Tra 30 e 50	%	100	100	100
	Over 50	%	-	-	-
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ					
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Dirigenti					
	Uomini	%	61	61	59
	Donne	%	39	39	41
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Quadri					
	Uomini	%	58	59	59
	Donne	%	42	41	41



Dati analitici



			2025	2024	2023
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ					
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Impiegati					
	Uomini	%	63	64	64
	Donne	%	37	36	36
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Operai					
	Uomini	%	87	87	88
	Donne	%	13	13	12
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere - Espatriati					
	Uomini	%	100	100	100
	Donne	%	-	-	-
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Dirigenti					
	Under 30	%	-	-	-
	Tra 30 e 50	%	79	75	70
	Over 50	%	21	25	30
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Quadri					
	Under 30	%	1	-	1
	Tra 30 e 50	%	76	74	76
	Over 50	%	24	26	23
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Impiegati					
	Under 30	%	19	19	20
	Tra 30 e 50	%	49	49	53
	Over 50	%	32	32	27



Dati analitici

			2025	2024	2023
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ					
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Operai					
	Under 30	%	7	6	4
	Tra 30 e 50	%	45	48	53
	Over 50	%	48	46	43
Percentuale di dipendenti per categoria professionale e fasce d'età - Espatriati					
	Under 30	%	-	-	-
	Tra 30 e 50	%	67	67	100
	Over 50	%	33	33	-
405-2	Rapporto tra la retribuzione totale delle donne e degli uomini per categoria professionale				
	Dirigenti	%	107,2	111,09	96,80
	Quadri	%	97,6	96,92	99,87
	Impiegati	%	93,0	93,32	93,63
	Operai	%	92,6	89,53	88,31
	Espatriati	%	N/D	N/D	N/D
405-2	Rapporto tra la retribuzione base delle donne e degli uomini per categoria professionale				
	Dirigenti	%	103,6	104,93	97,07
	Quadri	%	99,7	97,96	99,88
	Impiegati	%	97,3	97,61	97,98
	Operai	%	90,8	90,02	89,32
	Espatriati	%	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 2025
UTILIZZATO GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali 2021
STANDARD DI SETTORE GRI PERTINENTI	N/A

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
INFORMATIVE GENERALI			
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021	2-1 Dettagli sull'organizzazione	Pag. 5 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. 80; Nota metodologica	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Il report fa riferimento all'esercizio 2025, per il periodo che intercorre dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025. Il documento di rendicontazione viene pubblicato annualmente. Per approfondimenti e chiarimenti su quanto rendicontato si rinvia a http://it.coca-colahellenic.com/it/contattaci/ nella sezione Corporate Responsibility.	
	2-4 Restatement delle informazioni	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. 121	
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Pag. 5, 6, 10 – 12, 46-49 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.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
INFORMATIVE GENERALI			
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021	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. 80, 81 Il CdA di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e di Fonti del Vulture S.r.l. sono composti dal Presidente e da tre Consiglieri. In Coca-Cola HBC Italia S.r.l. uno dei tre Consiglieri è un membro non esecutivo, mentre in Fonti del Vulture S.r.l. tutti i membri sono esecutivi. Non ci sono membri del CdA di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. o di Fonti del Vulture S.r.l. che sono indipendenti. Il CdA di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. è composto al 75% da membri di genere maschile e al 25% di genere femminile, mentre il CdA di Fonti del Vulture S.r.l. 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 il 55% dei membri è di genere maschile.	
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	I membri del CdA di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e di Fonti del Vulture S.r.l. sono scelti a discrezione della maggioranza dei soci (CC Beverages Holding II B.V. per Coca-Cola HBC Italia S.r.l.; Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e Società Italiana Bevande in Lattina - Sibil S.r.l. per Fonti del Vulture S.r.l.), 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. 80, 81 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 in nessuna delle suddette società in quanto non è dipendente di queste ultime. 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 nella supervisione della gestione degli impatti	Pag. 22,23,80, 84-88 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	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
INFORMATIVE GENERALI			
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Pag. 80-82 Il CdA prende visione del Report di Sostenibilità ma non è direttamente responsabile dell'approvazione del documento. La Direzione Corporate Affairs & Sustainability è incaricata 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. 80-82 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).	
	2-16 Comunicazione delle criticità	Le modalità di comunicazione dei fattori critici al CdA sono di due tipi: 1. In caso di crisi viene attivato un Incident Management & 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. 2. In caso di rischi identificati, secondo i criteri del Business Resilience 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. 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. Per quanto riguarda il Risk Register, all'ultima Review del 2025 (avvenuta a Febbraio 2026) erano presenti nel registro 21 Rischi, tutti ancora in status aperto, considerando le nuove logiche di monitoraggio; per questi 21 rischi sono state identificate e monitorate 55 azioni di mitigazione.	
	2-17 Competenze collettive del massimo organo di governo	"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.	
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	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.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
INFORMATIVE GENERALI			
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021	2-19 Politiche retributive	<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. 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.</p> <p>Non sono previsti meccanismi di clawback.</p> <p>Il dirigente ha la possibilità di aderire al fondo di previdenza contrattuale (PREVIDAI) oppure al fondo previgente (PREVIP). Le regole di contribuzione dei due fondi sono analoghe e prevedono che a fronte della partecipazione tramite una contribuzione aggiuntiva al TFR minima da parte del dirigente del 2% della retribuzione utile al TFR, la Società riconosce un ulteriore contributo del 6%. Per quanto non specificato, si applica la disciplina contrattuale e regolamentare dei predetti fondi.</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 Processo 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). In relazione ai benefit, questi vengono determinati in funzione dell'inquadramento del dipendente, per cui qualifica e livello ricoperti influenzano i benefit accessibili. 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 sulla retribuzione totale annuale		<p>REQUISITI OMESSI 2-21 a.; 2-21 b.; 2-21c RAGIONE Vincoli di riservatezza SPIEGAZIONE 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</p>
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Pag. 3	
	2-23 Impegni assunti tramite policy	Pag. 22, 23	
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	<p>Pag: 14,25,61,65</p> <p>Nel 2025 sono stati coinvolti 89 dipendenti in formazione sulle procedure e politiche sui Diritti Umani, pari al 4% della popolazione aziendale, per un totale di 36 ore e 48 minuti erogati.</p>	
	2-25 Processi volti a rimediare agli impatti negativi	Pag. 22, 23	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
INFORMATIVE GENERALI			
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità	Pag 61, 80-82	
	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 Adesione ad associazioni	Pag. 11,12, 65	
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 20, 21	
	2-30 Accordi di contrattazione collettiva	Il 100% dei dipendenti è coperto da accordi di contrattazione collettiva.	
TEMI MATERIALI			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-1 Processo per determinare i temi materiali	Pag. 20, 21, 84-88 Il processo di analisi di materialità è stato svolto da CCHBCI seguendo l'approccio "Impact materiality" promosso dalle linee guida GRI Universal Standard. Per quanto riguarda l'impatto finanziario sull'azienda sottostante alle tematiche di sostenibilità è possibile fare riferimento agli esiti del processo di analisi di materialità svolto dalla Capogruppo secondo un approccio di "Double materiality". https://www.coca-colahellenic.com/content/dam/cch/us/documents/oar2025/CCHBC-Integrated-Annual-Report-2025-Sustainability-Statement.pdf.downloadasset.pdf	
	3-2 Elenco dei temi materiali	Pag. 21, 84-88	
GENERAZIONE E CONDIVISIONE DI VALORE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 9, 84, 85	
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE (VERSIONE 2016)	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito		REQUISITI OMESSI Le informazioni di carattere finanziario, per vincoli di riservatezza definiti da Gruppo Coca-Cola HBC, non vengono rendicontate a livello locale.



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
CITTADINANZA D'IMPRESA			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	9, 70-78, 84	
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI (VERSIONE 2016)	203-1 Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Pag. 9, 70-78 Il progetto #YouthEmpowered rientra nella categoria di engagement pro-bono	
	203-2 Impatti economici indiretti significativi	Pag. 9, 70-78	
GRI 413: COMUNITÀ LOCALI (VERSIONE 2016)	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Pag. 70-78	
APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 27, 28, 84	
GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO (VERSIONE 2016)	204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali	Nord: 62,8% - Centro: 6,08% - Sud: 12,15% - Estero: 18,97% 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 collocati presso gli stabilimenti di produzione, di cui 3 di Coca-Cola HBC Italia e 1 di Fonti del Vulture.	
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 2025 ha valutato secondo criteri ambientali un totale di 6 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 2025 ha valutato secondo criteri sociali un totale di 120 fornitori, pari al 100% dei nuovi fornitori totali.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
GOVERNANCE RESPONSABILE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 18, 29	
GRI 205 ANTICORRUZIONE (VERSIONE 2016)	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Il 100% delle sedi operative, inclusi i 6 stabilimenti produttivi e l'HQ, e dei processi aziendali di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture è valutato per i rischi legati alla corruzione.	
	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Tutti e 4 i componenti del CdA di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. i 2 componenti del CdA di Fonti del Vulture S.r.l. (a nomina del socio Coca-Cola HBC Italia S.r.l.) 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 S.r.l. e di Fonti del Vulture S.r.l. 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 S.r.l., il Manuale Anticorruzione, così come le altre principali policy in materia di integrità e onestà nella conduzione degli affari, sono resi noti tramite pubblicazione sul sito web istituzionale e inclusi negli eventuali contratti. Tutti e 4 i componenti del CdA di Coca-Cola HBC Italia S.r.l., i 2 componenti del CdA di Fonti del Vulture S.r.l. (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 S.r.l. (50% dei componenti del CdA) non sono tenuti ad effettuare questi training, in quanto non dipendenti di Fonti del Vulture S.r.l. né di Coca-Cola HBC Italia S.r.l., e nominati da altro socio. Il 100% dei dipendenti di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. e di Fonti del Vulture S.r.l. è tenuto ad effettuare i training sul Codice di Comportamento negli Affari ogni due anni. 2 su 4 membri dell'organo di amministrazione di Fonti del Vulture S.r.l. sono dipendenti di TCCC e sono già stati coinvolti nel loro programma di compliance (50%). Nel 2025 i corsi di formazione COBC e anticorruzione sono stati erogati a 217 dipendenti attraverso la piattaforma di e-learning (HELO). Sempre nel 2025 si è svolta la campagna di comunicazione annuale (settimana dell'etica e della compliance) per promuovere e diffondere la conoscenza della nostra politica. Nel 2025, per quanto riguarda i dipendenti considerati a rischio corruzione che sono 214, questi hanno partecipato o comunque ricevuto la registrazione ai training. Tutti i contratti con i fornitori includono le clausole COBC e AB. Tutti i nuovi fornitori sono tenuti ad accettare le politiche aziendali per entrare nell'anagrafica fornitori.	
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel corso del 2025, così come nel 2024, 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 S.r.l. o i suoi dipendenti.	
GRI 206 COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE (VERSIONE 2016)	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Nel corso del 2025, così come nel 2024, 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 S.r.l. è stata identificata come partecipante.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
PACKAGING E GESTIONE DEI RIFIUTI			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 40-45, 84	
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. Le preforme di rPET utilizzate per le bottiglie in plastica sono prodotte nello stabilimento di Gaglianico di proprietà di CCHBC.	
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Circa il 24,3% dei materiali utilizzati proviene da riciclo.	
GRI 306: RIFIUTI (VERSIONE 2020)	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Pag 40-45	
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Pag 40-45 I rifiuti sono monitorati nei siti in accordo alla normativa applicabile, tramite formulari e registri di carico/scarico.	
	306-3 Rifiuti prodotti	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.	
	306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. I rifiuti sono conferiti a impianti di recupero/smaltimento autorizzati, sottoposti a periodici audit da parte della funzione HSE di CCHBCI, secondo un calendario prestabilito. L'unico sito che effettua trattamento diretto dei rifiuti è lo stabilimento di Nogara, che dispone di autorizzazione per il trattamento dei rifiuti costituiti da prodotto non conforme da distruggere.	
	306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. I rifiuti sono conferiti a impianti di recupero/smaltimento autorizzati, sottoposti a periodici audit da parte della funzione HSE di CCHBCI, secondo un calendario prestabilito. L'unico sito che effettua trattamento diretto dei rifiuti è lo stabilimento di Nogara, che dispone di autorizzazione per il trattamento dei rifiuti costituiti da prodotto non conforme da distruggere.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
CAMBIAMENTO CLIMATICO			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 29, 42, 49, 68	
GRI 302: ENERGIA (VERSIONE 2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Tutte le fonti di energia consumata vengono misurate separatamente, per tipologia e per stabilimento su base mensile attraverso un software specializzato. I fattori di conversione utilizzati sono basati sul valore calorico, in linea con il manuale di Coca-Cola HBC. Coca-Cola HBC Italia non vende energia per riscaldamento, vapore o raffreddamento. Al fine di evitare il double-counting, è stata considerata solo l'energia acquistata da impianti di cogenerazione non di proprietà e non l'energia autoprodotta da impianti di proprietà, in quanto sono stati considerati i consumi di combustibili non rinnovabili e rinnovabili utilizzati per gli impianti di cogenerazione di proprietà. Nel calcolo dei consumi energetici viene inclusa la quota di energia elettrica consumata per autotrazione acquistata presso punti di ricarica esterni agli stabilimenti aziendali.	
	302-3 Intensità energetica	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Per il calcolo dell'indice di intensità energetica, al numeratore non viene utilizzato il valore riportato per l'indicatore GRI 302-1 ma, in linea con la metodologia adottata da Coca-Cola HBC, tutta l'energia elettrica, i combustibili fossili, il vapore, il riscaldamento e il raffreddamento utilizzati negli impianti di imbottigliamento, con l'esclusione del carburante della flotta aziendale.	
GRI 305: EMISSIONI (VERSIONE 2016)	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Lo Scope 1 include le attività sotto il controllo operativo del Gruppo. Nel calcolo sono inclusi i seguenti gas: CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC, SF ₆ , NF ₃ . 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 (GHGP tool), la fonte dei gas refrigeranti è GWP IPCC 2021. L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo.	
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Lo Scope 2 include le attività sotto il controllo operativo del Gruppo. Nel calcolo sono inclusi i seguenti gas: CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC, SF ₆ , NF ₃ . Nel rendicontare le emissioni il Gruppo utilizza il "Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard". I fattori di emissione provengono dal database IEA (2024), Emission Factors. L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo. Nel perimetro viene inclusa anche la quota di emissioni derivanti dal consumo di energia elettrica per autotrazione acquistata presso punti di ricarica esterni agli stabilimenti aziendali.	
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Nel calcolo dello Scope 3 sono inclusi i seguenti gas: CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC, PFC, SF ₆ , NF ₃ . 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 (GHGP tool); per l'elettricità IEA (2024), Emission Factors (location-based); per gli ingredienti e gli imballaggi dagli studi LCA di TCCC. L'approccio di consolidamento delle emissioni si basa sul concetto di controllo operativo. Nel corso del 2025, a seguito dell'aggiornamento dei criteri SBTi e della revisione dell'inventario emissivo di Gruppo, sono state incluse nel perimetro anche nuove categorie emissive, tra cui le emissioni upstream legate ai combustibili e all'energia, le emissioni da fine vita dei prodotti e le emissioni da settore agroforestale e utilizzo del suolo (FLAG).	
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
GESTIONE RESPONSABILE DELL'ACQUA			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 33-36, 87	
GRI 303: ACQUA E SCARICHI IDRICI (VERSIONE 2018)	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. I dati relativi all'acqua prelevata vengono monitorati su base mensile, attraverso l'utilizzo di software specializzati, e i progressi vengono confrontati con gli obiettivi di utilizzo mensili dell'acqua. Tutti i plant utilizzano acqua estratta da pozzo, ad eccezione di Marcianise che utilizza sia acqua da pozzo che di acquedotto. In tutti i plant è presente un impianto di trattamento acque reflue. 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)	
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. Il D.Lgs. 152/2006 prevede specifici standard/limiti per gli effluenti scaricati, sia in acque superficiali che in fognatura. Tutti i plant dispongono di autorizzazione allo scarico che prevede un periodico monitoraggio dei parametri degli inquinanti scaricati, nel pieno rispetto della normativa sopra citata. In aggiunta, sono previsti standard/limiti per determinati effluenti scaricati anche dai requisiti interni TCCC.	
	303-3 Prelievo idrico	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati ambientali" del presente documento. I dati relativi all'acqua prelevata vengono monitorati su base mensile, attraverso l'utilizzo di software specializzati, e i progressi vengono confrontati con gli obiettivi di utilizzo mensili dell'acqua. In linea con la metodologia di Gruppo, la classificazione delle aree sottoposte a stress idrico è stata definita mediante il tool "Water Risk Filter". A partire dal 2020 l'area di riferimento per i prelievi idrici dello stabilimento di Rionero è stata classificata come sottoposta a stress idrico. Si segnala inoltre che il 100% delle acque prelevate corrisponde ad acqua dolce (≤ 1.000 mg/l di solidi disciolti totali).	
BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 51-60, 65-68, 85	
GRI 401: OCCUPAZIONE (VERSIONE 2016)	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Dal conteggio delle uscite e dal calcolo del relativo turnover vengono esclusi i passaggi infragruppo e a corporate employees, i contratti a scadenza, i contratti cessati il 31/12 o terminati nel corso dell'anno su base volontaria e in accordo con le rappresentanze sindacali.	
	401-3 Congedo parentale	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI			
GRI 402: RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT (VERSIONE 2016)	402-1 Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	Pag. 65	
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (VERSIONE 2018)	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	<p>Il sistema di gestione di sicurezza, sia Coca-Cola HBC Italia che Fonti del Vulture, è certificato secondo lo standard 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.</p> <p>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 CCHBCI delle bevande prodotte. Stoccaggio, vendita e distribuzione di bevande alcoliche". 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. Dal 2024 la certificazione ISO 45001 non copre il sistema di gestione di Lurisia.</p>	
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	<p>Il processo di individuazione dei pericoli e di valutazione dei rischi è effettuato, in ciascun sito aziendale così come per Sesto Head Quarters e per la funzione Sales, dal rispettivo Servizio di Prevenzione e Protezione, in piena conformità a quanto previsto dal D. Lgs 81/2008.</p> <p>In ogni sito aziendale e nella funzione Sales è implementato un sistema di monitoraggio e reporting all'H&S Manager dei near miss e situazioni pericolose. L'H&S Manager guida l'analisi delle cause che ne hanno determinato l'occorrenza e l'implementazione delle necessarie azioni correttive. A seguito di ogni incidente correlato al lavoro occorso in un dato sito o funzione Sales, l'H&S manager di competenza conduce una analisi approfondita delle cause primarie che hanno causato il manifestarsi dell'evento, utilizzando la metodologia dei "5 perché". L'analisi è condotta con il coinvolgimento di altre figure aziendali (testimoni dell'evento, RLS, colleghi esperti). Per ogni incidente, sono quindi definite specifiche azioni correttive sottoposte a monitoraggio periodico.</p>	
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	In ogni sito aziendale e nella funzione Sales è istituito il Servizio di Prevenzione e Protezione dai Rischi che opera conformemente a quanto previsto dal D. Lgs 81/2008.	
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	A partire da giugno 2020 è stato istituito il Country RLS Committee, incontri trimestrali effettuati da dipendenti che includono anche i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS) ai fini della sicurezza, con lo scopo di consolidare ed incrementare la cultura e la consapevolezza in ambito H&S mediante una sempre più crescente partecipazione e consultazione dei lavoratori sulle tematiche specifiche, rafforzando la collaborazione con gli stessi per raggiungere i più alti standard di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro anche in accordo a quanto previsto dalla norma ISO 45001:2018	
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	La formazione in tema di salute e sicurezza è svolta secondo quanto previsto dall'Accordo Stato-Regioni 21.12.2011 in materia di formazione dei lavoratori, dirigenti e preposti. Essa copre la formazione generale, quella specifica incentrata sui rischi associati alle diverse mansioni aziendali, quella per preposti e per dirigenti. Per tutti, è previsto un aggiornamento periodico di 6 ore 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).	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
BENESSERE ED ENGAGEMENT DEI DIPENDENTI			
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (VERSIONE 2018)	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Tutti i lavoratori di Coca-Cola HBC Italia e di Fonti del Vulture sono soggetti alla sorveglianza sanitaria secondo quanto previsto dall'art. 41 del D. Lgs 81/2008. In ogni sito e nella funzione Sales sono nominati medici competenti: essi svolgono le visite mediche sulla base del protocollo sanitario stilato sulla base del documento di valutazione dei rischi in essere. Nel 2025, ai lavoratori è stato offerto l'Employee Assistance Program (EAP), servizio anonimo e gratuito disponibile 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, esteso anche ai familiari, che consente di accedere a supporto psicologico su questioni personali e lavorative. Sono inoltre disponibili le coperture sanitarie previste dal Fondo FASA e dall'assicurazione sanitaria integrativa aziendale, che include anche telemedicina e consulti a distanza. Nel corso dell'anno sono stati organizzati i BeWell Days, due settimane dedicate al benessere fisico, mentale, relazionale e sociale dei dipendenti. Inoltre, presso l'HQ di Sesto San Giovanni è stata organizzata un'iniziativa di screening diabetologico che ha coinvolto 112 persone.	
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	L'approccio adottato dall'organizzazione ai fini della mitigazione degli impatti negativi in materia H&S è descritto nella politica in materia H&S. Per garantire un ambiente di lavoro sicuro e che garantisca il benessere dei lavoratori l'azienda si impegna a: <ul style="list-style-type: none"> - garantire che i rischi per la salute e la sicurezza associati ai processi e agli ambienti di lavoro siano controllati al fine di prevenire infortuni e malattie professionali; - assicurare che tutti i dipendenti a ogni livello dell'organizzazione capiscano e si impegnino a rispettare e ad implementare le procedure e le politiche per la salute e la sicurezza favorendo corrette e sicure prassi operative e l'uso dei dispositivi di protezione individuale; - prevedere il coinvolgimento e la partecipazione dei dipendenti o dei loro rappresentanti alle attività per l'eliminazione e la riduzione dei rischi presenti nei luoghi di lavoro; - sviluppare competenze in materia di salute e sicurezza attraverso un programma di formazione efficace a tutti i livelli dell'organizzazione; - investigare per determinare le cause profonde di eventuali incidenti, infortuni sul lavoro e malattie professionali e intraprendere le necessarie azioni per prevenirne il ripetersi. 	
	403-9 Infortuni sul lavoro	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Coca-Cola HBC Italia rendiconta gli infortuni gravi rispetto alla metodologia di Gruppo indicata all'interno del "White Book", in cui rientrano casistiche più ampie rispetto a quelle richieste dallo standard di rendicontazione GRI Standard. Il tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro è calcolato come il rapporto tra i decessi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) è calcolato come il rapporto degli infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come il rapporto tra gli infortuni sul lavoro registrabili avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate da dipendenti e/o lavoratori esterni, moltiplicato per 1.000.000. Il dato relativo ai lavoratori esterni include le seguenti categorie: somministrati, ditte residenti, lavoratori della logistica e manutentori. Il dato relativo alle ore lavorate dai lavoratori esterni è stato stimato secondo le migliori metodologie disponibili.	
	403-10 Malattie professionali	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento. Nel 2025 non sono state registrate denunce di malattia professionale per i dipendenti; inoltre, 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 annua per dipendente	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.	
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Si consulti la sezione "Dati analitici - Dati sul personale" del presente documento.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
DIRITTI UMANI, INCLUSIONE E GESTIONE DELLA DIVERSITÀ			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 61-64, 85	
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 2025, così come nel 2024, 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 2025, così come nel 2024. 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 2025, così come nel 2024. 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 2025, così come nel 2024. Nessuna attività o fornitore a rischio di episodi di lavoro forzato o obbligatorio. Tutti i fornitori devono firmare e accettare i principi guida dei fornitori di CCHBC quando entrano in relazione con CCHBC. I principi guida dei fornitori includono anche una clausola riguardante il lavoro minorile e il lavoro forzato.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
BENESSERE E NUTRIZIONE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 12, 86	
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	30% - Bevande gassate 41% - Energy drink 17% - Still drinks	
	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 100% - Sport drinks 0% - Plant dairy	
QUALITÀ DEL PRODOTTO			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 12, 38, 39, 85, 86	
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI (VERSIONE 2016)	416-2 Episodi di non conformità riguardanti 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 2025 non si sono registrati episodi di violazione riguardo regolamenti e/o codici volontari relativi agli impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi offerti.	
MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 12, 86	
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA (VERSIONE 2016)	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi	Nel corso del 2025 non si sono registrati episodi di non conformità riguardanti le informazioni e l'etichettatura di prodotti e servizi.	
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Nel corso del 2025 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.	



Indice dei contenuti GRI

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE (REQUISITI OMESSI, RAGIONE, SPIEGAZIONE)
INNOVAZIONE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag. 7, 30, 31, 40-45, 52, 53, 87, 88	
TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag 35, 36, 88	
GRI 101: BIODIVERSITÀ	101-1 Policy per arrestare e invertire la perdita di biodiversità	Pag 83	
	101-2 Gestione degli impatti della biodiversità	Pag 35, 36, 83	
	101-3 Accesso e condivisione dei benefici	Nel 2025 non sono presenti attività che comportano accesso o utilizzo di risorse genetiche o conoscenze tradizionali associate per attività di ricerca e sviluppo genetico/biochimico, né sono state identificate misure volontarie specifiche in materia di access and benefit-sharing.	
	101-4 Identificazione degli impatti sulla biodiversità	Pag 35, 83, 88	
	101-5 Ubicazioni con impatti sulla biodiversità	Pag 35, 83, 88	
	101-6 Fattori diretti della perdita di biodiversità		
CONTRASTO ALLA PERDITA E ALLO SPRECO ALIMENTARE			
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pag 12, 70-73, 88	



Lettera 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 2025.

Responsabilità del Management per il Rapporto di Sostenibilità

Il Management di Coca-Cola HBC Italia S.r.l. è responsabile 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.

Il Management è altresì responsabile per quella parte del controllo interno da esso 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.

Il Management è inoltre responsabile 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 gestione della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell’*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards)* (IESBA Code) 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 Management 1* in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive o procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

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

Sede Legale: Via Santa Sofia, 28 - 20122 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.688.930,00 i.v.

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

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

© Deloitte & Touche S.p.A.

Responsabilità della società di revisione

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

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

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1) analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Rapporto di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali 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), siti produttivi di Nogara (VR), Oricola (AQ) e Roccaforte Mondovì (CN) 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.

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 2025 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo “Nota metodologica” del Rapporto di Sostenibilità.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

Silvia Dallai
Socio

Bologna, 22 giugno 2026



Credits

COORDINAMENTO EDITORIALE:

Pietro Tanci, Chiara Battini
Team Corporate Affairs & Sustainability Coca-Cola HBC Italia

CONTATTO DI RIFERIMENTO:

relazioni.esterne@cchellenic.com

SUPPORTO METODOLOGICO:

Avanzi - Sostenibilità per Azioni

PROGETTO GRAFICO:

Havas PR

