

Звіт соціальної відповідальності

Social responsibility report



2010/2011



Константинос Спанудіс,
Генеральний Директор
ІП «Кока-Кола Беверіджиз
Україна Лімітед»

Constantinos Spanoudis,
General Manager FE "Coca-Cola
Beverages Ukraine Limited"



Уолтер Рассел Гордон,
Генеральний Директор
ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед»

Walter Russell Gordon,
General Manager
LLC "Coca-Cola Ukraine Limited"

Пані та Панове, із задоволенням представляємо вам звіт соціальної відповідальності системи компанії «Кока-Кола» в Україні за 2010-2011 р.р. Звіт висвітлює прогрес у виконанні наших зобов'язань перед споживачами, клієнтами, партнерами, працівниками та українською громадою за останні два роки.

У 2011 році ми святкували 125 років бренду Кока-Кола. Для нас ця цифра означає не просто понад сто років присутності на ринку. Це, насамперед, 125 років ефективного ведення бізнесу, відповідальності перед суспільством і, найголовніше – втамування спраги споживачів.

Ми дедалі більше усвідомлюємо, що успішне ведення бізнесу, насамперед, залежить від добробуту громад, в яких ми працюємо. Саме тому ми продовжуємо займати активну соціальну позицію, реалізуючи низку проектів із корпоративної соціальної відповідальності, які співзвучні глобальним пріоритетам нашої Компанії. Основні наші соціальні проекти спрямовані на підтримку активного способу життя, захист навколишнього середовища, відродження українських традицій та допомогу місцевим громадам.

Компанія є активним учасником Глобального Договору ООН в Україні від 2006 року і у роботі неухильно дотримується 10 принципів Договору.

У нашому звіті представлено ряд яскравих прикладів того, як саме ми створюємо соціально відповідальний бізнес. Вони різні за масштабом, але кожен з них має велике значення і наближає нас до головної мети.

Нам дійсно є чим пишатися, але ми усвідомлюємо, що це лише початок. Ми будемо продовжувати працювати, змінюючи на краще світ навколо нас.

Ladies and Gentlemen, we are pleased to present you the Corporate Social Responsibility report of the "Coca-Cola" System in Ukraine for the period of 2010-2011. This report highlights our commitments to the Ukrainian community, consumers, customers, partners, employees and our progress in fulfilling them within the past two years.

In 2011, Coca-Cola celebrated its 125th anniversary. For Coca-Cola, this is not just over 100 years of presence in the market, it is 125 years of operating a successful business, being responsible corporate citizen and the most important – satisfying consumers' beverage needs.

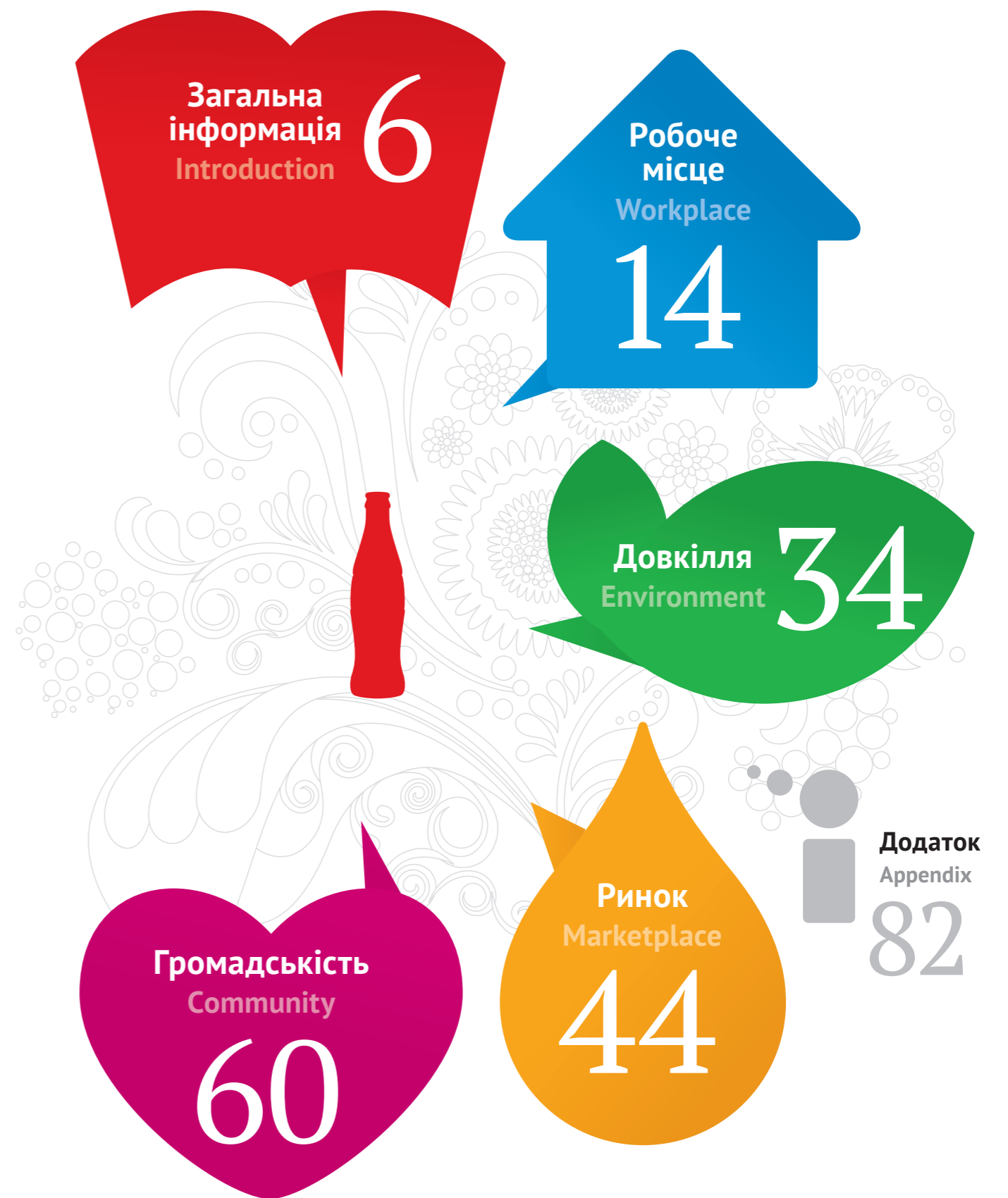
We become more and more convinced that successful business depends to a great extent on the wellbeing of communities where we operate. That is why we continued to place major emphasis on Corporate Social Responsibility projects implementing them in line with our Global principals. The key priorities are centered on promoting active and healthy lifestyles, protecting the environment, supporting local communities and overall promotion of Ukrainian traditions.

The Company is an active member of UN Global Compact in Ukraine since 2006 and follows the 10 principles of the GC.

Our report features examples of how we build socially responsible business. Those examples are different by scale, but each of them is important and furthers us to our main goal.

We have done a lot and can be proud of that, but we are not going to stop and will continue to contribute and make positive changes in the world around us.

Зміст Content



Загальна інформація

- Погляд на наш Бізнес / 8
- Організація бізнесу в Україні / 9
- Система компаній «Кока-Кола» в Україні / 9
- Місія та цінності / 10
- Принципи діяльності / 11
- Глобальний Договір / 12
- Відповідальне партнерство / 13

Introduction

- Business Overview / 8
- Our Business System / 9
- The Coca-Cola System In Ukraine / 9
- Our Mission and Values / 10
- Operating Principles / 11
- Global Compact / 12
- Responsible Partnership / 13





Компанія Кока-Кола працює над створенням нових та підтримкою існуючих проектів зі сталого розвитку нашого бізнесу та громад, у яких ми живемо і працюємо.

Ми працюємо у більш, ніж 200 країнах і налагодили тісні зв'язки з громадами у всьому світі. Ми всебічно зацікавлені в економічному добробуті та стабільному зростанні цих громад.

Своєю щоденною роботою компанія сприяє економічному розвитку місцевих громад, забезпечуючи робочі місця і на своїх підприємствах, і у суміжних галузях.

Загалом «Кока-Кола» є бізнесом місцевим. Наша продукція виробляється на понад 800 заводах по всьому світу. Тут знаходять роботу місцеві жителі, сплачуються податки до місцевих бюджетів, а місцевим постачальникам перераховуються кошти за товари, послуги та капітальне устаткування, а також підтримуються локальні інвестиційні програми.

Підтримуючи такі програми, ми переважно зосереджуємось на сферах, асоційованих з нашою діяльністю, у яких ми маємо значний досвід, та в яких ми справді можемо зробити значний внесок.

Майбутнє нашого бізнесу залежить від добробуту громад, в яких ми працюємо.

Погляд на наш Бізнес

2012 року Кока-Кола в Україні святкує своє 20-річчя в Україні. За цей час Компанія перетворилася на найпотужнішого виробника безалкогольних напоїв, який втамовує спрагу більш ніж 45 мільйонів українців.

The Coca-Cola Company is committed to creating and supporting sustainable practices for our business and the communities where we live and operate.

We live and operate in more than 200 countries and have deep roots in communities around the world. We are intensely committed to the economic success and continued growth of these communities.

And contribute to it through our day-to-day work, by providing jobs in our own operations as well as jobs in businesses we touch along the way.

The Coca-Cola business is essentially a local one. Our beverages are produced in more than 800 plants around the world. At these plants and other facilities, we employ local people, pay taxes to governments, pay suppliers for goods, services and capital equipment, and support community investment programs.

Our primary focus is on programmes that are associated with our areas of expertise and through which we can make the greatest contribution.

The future of our business depends on the vitality of the communities where we operate

Business Overview

In 2012 Coca-Cola celebrates its 20th Anniversary in Ukraine. Over the last 20 years the Company has become the country's largest producer of non-alcoholic beverages, quenching the thirst of more than 45 million Ukrainians.

Our Business System

The Coca-Cola System in Ukraine (hereinafter referred to as 'Coca-Cola Ukraine') includes LLC "Coca-Cola Ukraine Limited" and FE "Coca-Cola Beverages Ukraine Limited". LLC "Co-

Організація бізнесу в Україні

Система «Кока-Кола» в Україні включає компанію ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед» та ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед». ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед» є представництвом The Coca-Cola Company, а «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед», в свою чергу, є дочірньою компанією «Кока-Кола Хеленік» — одного з найбільших ботлерів (себто виробництв, що розливають продукцію) під торговими марками «Кока-Кола» у світі.

Компанії ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед» та ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» є окремими суб'єктами господарювання і з юридичної точки зору, і в контексті управління.

«Кока-Кола» — це не лише напій або бренд, але й унікальна система із більш ніж 300 компаній, що працюють у понад 200 країнах.

Компанія Кока-Кола (The Coca-Cola Company) створює та здійснює маркетинг брендів та торгових марок. Заснована 1886 року, ця компанія виробляє для своїх виробництв-ботлерів сиропи для виготовлення напоїв під близько 400 брендами. Також розробляє і реалізує маркетингові стратегії. Головний офіс компанії розташований в Атланті (Джорджія, США), а місцеві представництва розміщені у більш ніж 200 країнах світу.

Додаткова інформація про Компанію Кока-Кола розміщена на сайті www.coca-cola.com.

Компанія Кока-Кола Хеленік (Coca-Cola Hellenic) — найбільший ботлер Кока-Кола за межами США — займається розливом та дистрибуцією безалкогольних напоїв на умовах франчайзингу Компанії Кока-Кола.

Зареєстрована у Греції 2000 року, Кока-Кола Хеленік налічує близько 43 000 працівників. З об'ємом продажу більш ніж 2 мільярди умовних упаковок продукції, Компанія обслуговує більше 560 мільйонів замовників щорічно. Кока-Кола Хеленік працює у 28 країнах: Австрії, Кипрі, Греції, Італії, Північній Ірландії, Ірландії, Швейцарії, Хорватії, Чехії, Естонії, Угорщині, Латвії, Литві, Польщі, Словаччині, Словенії, Вірменії, Білорусі, Боснії та Герцоговині, Болгарії, Македонії, Молдові, Чорногорії, Нігерії, Румунії, Росії, Сербії та Україні.

Додаткова інформація про Компанію Кока-Кола Хеленік розміщена на сайті www.coca-colahellenic.com.

Компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» пропонує споживачам широкий вибір продукції під торговими марками The Coca-Cola Company в різних категоріях: напої, соки, вода, холодний чай і енергетики.

Система компаній «Кока-Кола» в Україні

Компанія Кока-Кола стала однією з перших міжнародних компаній, яка виявила зацікавленість працювати на українському ринку. Компанія інвестує в економіку країни від 1992 року.

Перший завод в Україні відкрився у Львові 1994 року. А вже 1998 року на повну потужність запрацював новозбудований завод компанії «Кока-Кола Беверіджиз Україна» біля міста Бровари, на Київщині.

«Coca-Cola Ukraine Limited» is a representative office of The Coca-Cola Company, and «Coca-Cola Beverages Ukraine Limited» is a subsidiary of Coca-Cola Hellenic — one of the largest Coca-Cola bottler in the world.

LLC «Coca-Cola Ukraine Limited» and FE «Coca-Cola Beverages Ukraine Limited» are separate legal entities from legal and management perspectives.

Coca-Cola is not just a beverage or a brand made by one company — it is a unique system of more than 300 companies operating in over 200 countries.



The Coca-Cola Company (TCCC) creates and markets brands and trademarks. Founded in 1886, The Coca-Cola Company is the world's leading manufacturer, marketer, and distributor of non-alcoholic beverage concentrates and syrups.

Today, the company produces syrups and supplies them to licensed bottling plants around the world. These syrups are used to produce nearly 400 beverage brands. The Company develops and implements marketing strategies. The Coca-Cola Company corporate headquarters are located in Atlanta, Georgia, USA, with local operations in more than 200 countries around the world.

More information on The Coca-Cola Company is available at www.coca-cola.com.



Coca-Cola Hellenic is the world's largest Coca-Cola bottler beyond the USA — produces and distributes beverages of The Coca-Cola Company.

Registered in Greece in 2000, Coca-Cola Hellenic has 43,000 employees. With annual sales of more than 2 billion unit cases, the Company serves approximately 560 million people. Coca-Cola Hellenic operates in 28 countries: Austria, Cyprus, Greece, Italy, Northern Ireland, Republic of Ireland, Switzerland, Croatia, Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Slovakia, Slovenia, Armenia, Belarus, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, FYROM, Moldova, Montenegro, Nigeria, Romania, Russia, Serbia and Ukraine.

More information on Coca Cola Hellenic is available at www.coca-colahellenic.com.

«Coca-Cola Beverages Ukraine» offers a diverse range of ready-to-drink beverages under trademarks that belong to the Coca-Cola Company, in the sparkling, juice, water, tea and energy categories.

The Coca-Cola System In Ukraine

Coca-Cola was one of the first international companies to start its operation in Ukraine. It is investing in the country's economy since 1992.

The Company opened its first bottling plant in Ukraine in the city of Lviv in 1994. In 1998, Coca-Cola Beverages Ukraine began production near the town of Brovary in Kyiv region. The facility was newly built and operating at full capacity.

На сьогодні інвестиції Компанії в економіку України складають 276 мільйони доларів США та 114 мільйонів Євро

2008 року Компанія «Кока-Кола Україна» завершила придбання торгової марки «Ярило» — квасу натурального бродіння, який виготовляється на Запорізькому заводі безалкогольних напоїв «Квас Беверіджиз».

Наші місія та цінності

«Кока-Кола Беверіджиз Україна» розробила власну місію, врахувавши маркетингові особливості українського ринку.

Місія

Втамовувати спрагу наших споживачів, будувати партнерські відносини з нашими клієнтами, гідно винагороджувати наших акціонерів та сприяти покращенню добробуту країн, в яких ми працюємо.

Корпоративне бачення

Наша компанія — це безсумнівний лідер на кожному ринку, де вона працює.

Ми досягаємо лідерської позиції через:

- Розвиток людей до найвищого рівня майстерності.
- Встановлення партнерських відносин з клієнтами та задоволення потреб наших споживачів.
- Дослідження нових можливостей та інновацій.
- Розвиток найкращих організаційних здібностей.
- Неперевершеність у *Наявності, Прийнятності, Перевазі* на ринку та *Просуванні* товару на ринок.
- Оптимізацію вартості обслуговування.

Ми працюємо відповідально для забезпечення стабільності нашого бізнесу, нашого суспільства та світу, в якому живемо.

Цінності

- Чесне ведення бізнесу та дотримання свого слова.
- Щире прагнення бути неперевершеними в усьому, що ми робимо.
- Командна боротьба за перемогу.
- Заохочення наших людей повністю розкривати свій потенціал.
- Відкрите, чесне та шанобливе ставлення до кожного.

Модель цінностей Кока-Кола Хеленік:

Вірність принципам

Ми керуємося нашими цінностями, діємо справедливо і робимо те, що правильно, а не те, що легко.

In the 20 years since then, Coca-Cola System investments in the country's economy amount to US\$ 276 million and EUR 114 million

In 2008 Coca-Cola Ukraine has closed acquisition of "Yarylo" trade mark. Kvass, a traditional Slavic beverage made through natural fermentation, has been produced under this trade mark at Zaporizhya Plant of Non-Alcoholic Beverages "Kvass Beverages".

Our Mission and Values

Coca-Cola Beverages Ukraine has developed its own country mission, specifically adapted for Ukrainian market.

Mission

To refresh our consumers, partner with our customers, reward our stakeholders and enrich the lives of our local communities.

Corporate vision

Our Company is an undisputed leader in every market where we compete.

We achieve leadership through:

- Developing excellent people
- Achieving excellent customer partnership and consumer satisfaction.
- Exploring new opportunities.
- Building and leveraging superior organizational capability.
- Excelling at *Availability, Affordability, Acceptability* and *Activation*.
- Continuously optimizing our costs.

We act responsibly to ensure the sustainability of our business, our communities and the world in which we live.

Values

- Acting with integrity and delivering on every promise.
- Committing passionately to excel at all we do.
- Competing to win, as one team.
- Ensuring our people reach their full potential.
- Treating everyone openly, honestly and with respect.

Coca-Cola Hellenic's Value Blueprint

Authenticity

We have deeply held values, act with integrity, and do what is right, not just easy.

Excellence

We strive to amaze, with passion and speed.

Досконалість у всьому

Ми прагнемо дивувати швидкістю та своїм ентузіазмом.

Навчання

Ми дослуховуємося до інших та зацікавлені вчитися.

Турбота про працівників

Ми віримо в наших людей, розвиваємо їх та довіряємо їм.

Ми одна команда

Ми віримо у силу командної роботи та внесок кожного у спільну справу.

Перемога разом із клієнтами

Наші клієнти – в центрі всього, що ми робимо.

Learning

We listen and have a natural curiosity to learn.

Caring For Our People

We believe in our people, invest in them, and we empower them.

Performing as ONE

We believe in the power of working together, contributing in every interaction.

Wining with Customers

Our Customers are at the heart of everything we do.

Вірність принципам

Authenticity

Досконалість у всьому

Excellence

Навчання

Learning

Турбота про працівників
Caring For Our People

Ми одна команда
Performing as ONE

Перемога разом із клієнтами
Wining with Customers

Принципи діяльності Кока-Кола в Україні

Кока-Кола в Україні працює за основними принципами, які скеровують усіх працівників до єдиної мети, впроваджують засади успішного бізнесу та надихають на досягнення найвищих показників успішного ведення бізнесу.

Ось чотири розділи, кожен з яких покликаний розкрити та продемонструвати найкращі практики та передовий досвід нашого бізнесу в Україні за період 2010-2011 років:

Робоче місце

Ми працюємо в атмосфері відкритих взаємин, високої продуктивності та чітко розуміємо, що потрібно для досягнення найвищих показників успішного ведення бізнесу.

Довкілля

Ми працюємо так, щоби ще й довкілля відчувало наш захист та турботу. Усі наші дії та рішення ґрунтуються на принципах постійного розвитку та догляду за навколишнім середовищем.

Ринок

Ми забезпечуємо напоями наших споживачів відповідно до їхніх потреб та смаків. Втілюючи цей принцип, ми на-

Coca-Cola Beverages Ukraine Summary Of Operating Principles

Coca-Cola Beverages Ukraine conducts its business in accordance with operating principles established by Coca-Cola Hellenic Bottling Company. These principles guide all employees, inspiring them to work together to achieve outstanding results.

This report by Coca-Cola Beverages Ukraine is divided into four sections, reflecting our business' commitments during 2010-2011 in the areas of:

Workplace

Our commitment is to foster an open and inclusive environment, where a highly motivated, productive, and committed workforce drives business success through superior execution.

Environment

Our commitment is to conduct our business in ways that protect and preserve the environment, and to integrate principles of environmental stewardship and sustainable development into our business decisions and processes.

Marketplace

Our commitment is to provide products and services that meet the beverage needs of our consumers. In doing this, we provide

даємо чудові можливості для розвитку наших клієнтів, постачальників, дистриб'юторів та місцевих громад.

Громадськість

Ми інвестуємо час та ресурси, аби вдосконалювати якість життя та виступати ініціатором найяскравіших та найважливіших громадських подій.

Глобальна платформа "Live Positively"

Сталий розвиток є невід'ємною частиною всього, що робить компанія Кока-Кола, адже успіх і майбутнє нашого бізнесу безпосередньо пов'язані з добробутом громад, у яких ми живемо і працюємо.

Тому компанія створила глобальну платформу "LivePositively", у якій виражено наше зобов'язання творити позитивні зміни у таких пріоритетних напрямках нашої діяльності:

- Користь від наших напоїв: тамувати будь-яку спрагу та задовольняти потреби; забезпечувати якість, якій завжди можна довіряти.
- Активний, здоровий спосіб життя: допомогти позбутись малорухливості та зміцнити здоров'я.
- Громадськість: розуміти і сприяти у вирішенні потреб громад через проекти у різноманітних сферах.
- Робоче місце: поважати права на робочому місці та надихати працівників на досягнення найвищих результатів.
- Енергоефективність та зміна клімату: розвивати бізнес, зменшуючи вуглецеві викиди.
- Водні ресурси: повертати в природу ту кількість води, яку ми взяли для наших напоїв та їх виробництва.
- Екологічна упаковка: розглядати пакування як цінний ресурс для наступного використання.

sound and rewarding business opportunities and benefits for our customers, suppliers, distributors, and local communities.

Community

Our commitment is to invest time, expertise, and resources to provide economic opportunity, improve the quality of life, and foster goodwill in our communities through locally relevant initiatives.

Global Platform "Live Positively"

Sustainable development is an integrated part of everything the Coca-Cola Company does. The future of our business and its success depends on success of the communities we live and work in.

That's why The Coca-Cola Company has created a global platform "Live Positively", which is our commitment to making a positive difference in the world in the following areas:

- Beverage Benefits: Quenching every thirst and need. Quality you can trust all the time.
- Active, Healthy Living: Helping to end inactivity and enhance health.
- Community: Committed to the needs of our communities, with wide-ranging programs.
- Workplace: Workplace rights are respected and people are inspired to create superior results.
- Energy Management and Climate Protection: Grow our business, but not the carbon.
- Water Stewardship: Safely return to nature an amount of water equivalent to what we use in all of our beverages and their production.
- Sustainable Packaging: Packaging is seen as a valuable resource for future use.



Глобальний Договір

Глобальний Договір є ініціативою, спрямованою на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки.

Члени Глобального Договору беруть на себе добровільні зобов'язання із соціальної відповідальності, приділяючи особливу увагу досягненню цілей ООН у 4-х основних сферах. Це — права людини, трудові відносини, турбота про довкілля та боротьба з корупцією.

2006 року «Кока-Кола Україна» долучилася до Глобально-

Global Compact

The Global Compact is a network-based initiative which aims to promote responsible corporate citizenship and enlists the support of the business sector in achieving a more sustainable and equitable global economy.

The Global Compact stands for social responsibility in business and focuses on companies' contributions to UN goals in four key areas: human rights, labor, the environment and anti-corruption.

Coca-Cola Ukraine joined the UN Global Compact in 2006 and is committed to apply its Ten Principles throughout its business.

го Договору ООН і з усією відповідальністю ставиться до впровадження його Десяти Принципів.

Права людини

Принцип 1: підтримувати та поважати дотримання прав людини, проголошених міжнародним співтовариством.

Принцип 2: забезпечити власну непричетність до порушень прав людини.

Трудові відносини

Принцип 3: підтримувати свободу асоціацій та на практиці визнавати право на заключення колективних угод.

Принцип 4: виступати за викоринення всіх форм примусової праці.

Принцип 5: сприяти повному зникненню дитячої праці.

Принцип 6: виступати за ліквідацію дискримінації у сфері зайнятості та працевлаштування.

Захист навколишнього середовища

Принцип 7: дотримуватись превентивного підходу до вирішення екологічних проблем.

Принцип 8: здійснювати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища.

Принцип 9: сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій.

Антикорупційний принцип

Принцип 10: протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирництво і хабарництво.

Презентація Глобального договору в Україні відбулася 25 квітня 2006 року за підтримки провідних українських та міжнародних компаній, а також високих посадовців Уряду України. Першими підписантами ініціативи стало 34 провідні українські та міжнародні компанії, асоціації та неурядові організації.

Відповідальне партнерство

У січні 2011 року компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна стала однією з 17 провідних компаній і організацій, що підписали Декларацію про відповідальне бізнес партнерство.

Тим самим ми взяли на себе відповідальність надавати перевагу роботі з партнерами і постачальниками, які:

- прозоро і чесно ведуть свій бізнес;
- дотримуються захисту прав людини, в тому числі в сфері трудових відносин;
- дотримуються норм і стандартів в сфері навколишнього середовища.

Ми віримо, що всі наші дії з просування практик відповідального партнерства сприятимуть посиленню конкурентоспроможності країни та сприятимуть її позитивному іміджу в міжнародному бізнес-середовищі.

Human Rights

Principle 1: businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights.

Principle 2: make sure that they are not complicit in human rights abuses.

Labour Standards

Principle 3: businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining.

Principle 4: the elimination of all forms of forced and compulsory labor.

Principle 5: the effective abolition of child labor.

Principle 6: the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.

Environment

Principle 7: businesses should support a precautionary approach to environmental challenges.

Principle 8: undertake initiatives to promote greater environmental responsibility.

Principle 9: encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies.

Anti-Corruption

Principle 10: businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery.

A presentation of the Global Compact in Ukraine took place on April 25, 2006 with the support of leading Ukrainian and international companies and high-ranking officials of the Ukrainian government. Thirty-four Ukrainian and international companies, associations and non-governmental organizations became the first signatories of the initiative in Ukraine.

Responsible Partnership

In January 2011 Coca-Cola Beverages Ukraine became one of the 17 leading companies and organizations that signed the Declaration on responsible business partnership.

With this step we undertook the commitment to give the preference to working with partners and suppliers with:

- transparent and fair conduct of their business;
- to adhere to the human rights, including in the field of labor relations;
- to adhere to the norms and standards in the field of environmental protection.

We believe that all our actions to promote responsible partnership practices will ensure strengthening competitiveness of the country and its positive image in the international business environment.



Робоче місце

- Принципи діяльності / 17
- Корпоративна культура / 17
- Безпека на робочому місці / 18
- Розвиток персоналу / 19
- Залучення працівників / 22
- Виробництво / 25
- Склади / 28
- Дистрибуція / 29
- Проект SAP Wave 2 / 29
- Компенсації та пільги / 30
- Поза роботою / 31

Workplace

- Operating Principles / 17
- Corporate Culture / 17
- Occupational Health and Safety / 17
- Employee Development / 19
- Employee Engagement / 22
- Production / 25
- Warehouse / 28
- Distribution / 28
- SAP Wave 2 / 29
- Compensations and Benefits / 30
- Beyond the Work / 31



«Мій особистий шлях в Кока-Кола розпочався ще 2001 року і я була свідком того як ми здобували та відстоювали лідерські позиції на ринку України. Для цього довелося подолати немало труднощів, багато чого змінити, багато чому навчитись. Але для мене одне залишається незмінним – робота в Кока-Кола приносить задоволення. Задоволення від усвідомлення, що займаєшся тим, що подобається; задоволення від того, що маєш змогу працювати з прекрасними людьми; задоволення від можливості вільно навчатися кожної хвилини; задоволення від того, що Компанія прислухається до тебе. Стає зрозумілим, чому понад 40% працівників працюють поряд вже більше 10 років. І це тільки початок...»

Iryna Bryzhak,
Директор служби персоналу
ІП «Кока-Кола Беведріджиз Україна Лімітед»

“My personal way in Coca-Cola started back in 2001 and I witnessed how we gained and defended leading positions on Ukrainian market. To do this, we had to overcome lots of difficulties, to make changes and to learn a lot. The only thing remains unchangeable for me – work for Coca-Cola brings pleasure. Pleasure of realizing that you are engaged in what you like; pleasure of having an opportunity to work with great people; pleasure of having a chance to learn freely every minute; pleasure of knowing that the Company considers your point of view. It is clear, why more than 40% of employees work here for more than 10 years. And this is just the beginning...”

Iryna Bryzhak,
Human Resources Director
FE “Coca-Cola Beverages Ukraine Limited”



«Перш за все для мене це величезна можливість реалізувати себе та знайти команду, яка б стала мою другою родиною. А також можливість отримувати насолоду від справді цікавої роботи. Кожна година проведеного тут часу – це нові враження, бачення того як злагоджено працює колектив для реалізації спільної мети. Працювати в Компанії Кока-Кола – це те, до чого я так давно прагнув»

Vitaliy Danylenko,
Учасник Програми практики для студентів-випускників
2011-2012 р.р. ІП «Кока-Кола Беведріджиз Україна Лімітед»

“First of all it is a great opportunity to realize my potential, to find a team, that would become my second family. And also a great chance to enjoy my work, which is really interesting. Every hour spent here brings new impressions and the vision of how well-organized the team works to achieve a common purpose. Working at the Coca-Cola Company is what I aspired for a long time”

Vitaliy Danylenko,
The participant of trainee program 2011-2012
FE “Coca-Cola Beverages Ukraine Limited”

Принципи діяльності

«Кока-Кола» в Україні — це команда талановитих, працелюбних та натхненних працівників, що нараховує близько 1 700 осіб у 29-ти філіях на всій території України.

Кожне робоче місце у «Кока-Кола» в Україні створює 8 додаткових у суміжних галузях. Головним чином — це сфера постачання та роздрібна торгівля

Наша мета — створити такі умови, за яких висококваліфіковані, мотивовані, активні та віддані працівники могли б ефективно та якісно виконувати свою роботу, забезпечуючи успіх всієї компанії.

Operating Principles

Coca-Cola Beverages Ukraine is a team of 1,700 talented, hard-working and inspired employees who work in 29 locations around Ukraine.

Each job created within the Coca-Cola system results in the creation of 8 additional jobs in related industries — primarily in supplier and retail businesses

Our commitment is to create conditions in which highly qualified and motivated employees can effectively perform their job to contribute to the success of the whole Company.

Ключові принципи Компанії

1. Ми встановлюємо міцні та відкриті взаємини між працівниками компанії, підтримуючи між ними постійний зв'язок.
2. Ми ставимося до працівників чесно, з гідністю та повагою.
3. Ми дотримуємося усіх вимог чинного законодавства, яке, зокрема, регулює кількість робочих годин, розмір компенсації, неприпустимість дискримінації тощо.
4. Ми цінуємо та поважаємо усіх працівників незалежно від національності, раси чи віросповідання.
5. Ми прагнемо виконувати свою роботу на найвищому професійному рівні.
6. Ми гідно винагороджуємо наших працівників за виконану працю.
7. Ми забезпечуємо умови для професійного та особистого зростання.
8. Ми гарантуємо нашим працівникам безпеку на робочому місці.

Our key operating principles are

1. We establish positive and open relations among Company employees through regular communications.
2. We treat our employees with fairness, dignity and respect.
3. We follow all legal requirements, including on: working hours, compensation, non-discrimination, etc.
4. We value and respect every employee irrespective of nationality, race or religion.
5. We stretch ourselves for outstanding performance.
6. We reward our employees for their achievements.
7. We provide opportunities for professional and personal development.
8. We guarantee a safe workplace for our employees.

Корпоративна культура

Закон — насамперед

Для «Кока-Кола» в Україні чітке дотримання всіх законодавчих вимог є справою честі. Тому відповідність до норм Кодексу законів про працю і виконання усіх державних вимог щодо соціального захисту у відносинах між «Кока-Кола» в Україні та її працівниками вважається непорушним правилом нашого бізнесу. Прозора виплата заробітної плати, соціальні відрахування (до Пенсійного фонду та Фонду соціального страхування), страхування на випадок безробіття, від нещасних випадків на виробництві - це наш беззаперечний обов'язок.

Однак «Кока-Кола» в Україні підтримує своїх працівників не лише в рамках чинного законодавства, а ще й запровадила низку додаткових матеріальних заохочень, які допомагають людям під час одруження, народження дітей чи при інших важливих подіях у їхньому житті.

Corporate Culture

Law is first

Strict adherence to all legal requirements is a core responsibility and a matter of honor for our business. We maintain strict compliance with the Labor Code of Ukraine and all requirements for social protection and worker involvement, and ensure payment of all social charges – including pension and social insurance funds, unemployment compensation and work accident insurance.

Exceeding the legal requirements, Coca-Cola Ukraine provides numerous other social benefits and incentives to support its employees on the occasion of marriage, childbirth and other important events in their lives.

Occupational Health and Safety

The OHSAS 18001 standard for occupational health protection and professional and technical safety management is an internationally acknowledged system that integrates the requirements

Безпека на робочому місці

Стандарт охорони праці, здоров'я, професійної та технічної безпеки OHSAS 18001 – це міжнародно визнана система, яка передбачає виконання вимог щодо нормативно-правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних та лікувально-профілактичних засобів та методів, що спрямовані на створення безпечних умов праці згідно з нормативно-правовими актами України, світовими стандартами системи компаній «Кока-Кола», а також проведення попереджувальних заходів на підставі ідентифікації ризиків, їх усунення та зниження їх рівня для персоналу підприємства, підрядних організацій та відвідувачів.



Результатом впровадження на підприємстві OHSAS 18001 є постійне покращення умов праці, розробка і впровадження низки попереджувальних заходів, які допомагають уникнути порушень вимог до безпеки праці.

«Кока-Кола Беверіджиз Україна» вже сім років працює за стандартами OHSAS 18001. У березні 2008 року був успішно пройдений міжнародний сертифікаційний аудит OHSAS 18001:1999, а у травні 2009 року – міжнародний наглядний аудит OHSAS 18001:2007.

Ще у травні 2008 року наше підприємство першим в Україні було сертифіковано за системою ДСТУ-П OHSAS 18001:2006, у червні 2009 року – за OHSAS 18001:2007, а у липні 2011 року – ДСТУ OHSAS 18001:2010.

Ми впроваджуємо також інші програми з охорони здоров'я, як-от запобігання А(Н1N1) та ВІЛ/СНІД.

На території підприємства цілодобово працює медична кімната. 2011 року її було додатково оснащено дефібрилятором.

Тиждень безпеки «Безпечний футбол»

У жовтні 2011 року в рамках глобального проекту групи «Кока-Кола Хеленік», наша компанія провела тиждень «Здоров'я та безпеки» на заводі під гаслом «Безпечний футбол».

of both regulatory legal acts and preventives, regulating, social and economic, sanitary and hygienic, medical and prophylactic means and methods to ensure safe labor conditions according to the regulatory legal acts of Ukraine, world standards of the Coca-Cola system and OHSAS 18001 requirements.

Implementing OHSAS 18001 results in continual improvement of working conditions and development and implementation of measures to prevent worker safety violations.

Coca-Cola Beverages Ukraine has used the system for seven consecutive years to improve working conditions. In March 2008 the company successfully passed the final international certification audit OHSAS 18001:1999; and in May 2009 – the international supervisory audit OHSAS 18001:2007.

Besides, the company is the first enterprise in Ukraine to receive an OHSAS 18001:2006 (May 2008), OHSAS 18001:2007 – in June 2009 and OHSAS 18001:2010 – in July 2011.

We also conduct intervention programs that address specific health risks, such as diseases like A(H1N1) and HIV/AIDS.

There is 24-hour First Aid Post available for employees. In 2011 it was equipped with a defibrillator.

Safety Week “Safe Football”

In October 2011 within the global project Coca-Cola Hellenic Group, our company organized Health & Safety Week at our plant under the slogan “Safe football”.

The project was aimed at the organization and maintenance of safety at workplace and labor protection. According to the rules each of six teams, consisting of production employees, inspected the areas of their rival teams, discovered constructive discrepancies in equipment and violation of occupational safety. Each registered discrepancy was a “goal into the gates” of the rival area where discrepancy was found. The team that had the fewest goals won.

365 Safety Days

In 2011 Coca-Cola Beverages Ukraine marked 365 days without human injury at the plant.

It is really a significant result which testifies to the employees' maturity, professionalism, managers' consciousness and responsible attitude towards work safety by all stakeholders. The journey to achieve this level of safe work conditions and health of employees, visitors and contractors was difficult and full of challenges.

This result will inspire each of the employees to further participate in Occupational Health&Safety (OH&S) programs related to Industrial and Work Safety Management in alignment with OHSAS 18001 standard.

At CCBU we are committed to follow CCH Health & Safety guidelines, the Law of Ukraine, Near Miss program and as a consequence improve work conditions.



Employee Development

Coca-Cola in Ukraine is a genuine school for its employees, where anyone can obtain new knowledge and refine professional skills.

The mission and values of Coca-Cola Ukraine provide the foundation for a uniquely rewarding culture that includes development, appropriate motivation and proper compensation.

Trainee Program

Coca-Cola Beverages Ukraine is proud of its *Trainee Program for young professionals*. We are always glad to welcome talented and hard-working people to join the Company. The purpose of a trainee program, founded in 2004, is to take graduates from a number of Ukraine's leading higher educational institutions and prepare qualified professionals by providing them with specialist knowledge, leadership skills and hands-on experience in a business environment, in preparation for employment by Coca-Cola Ukraine.



The program allows these young people to gain experience in one of the world's most successful businesses and provides Coca-Cola Ukraine, in turn, with an opportunity to build a new generation of skilled, energetic and motivated employees.

In 2010-2011 thousands of students applied for this program, and 16 of them were chosen to participate while 11 were offered permanent contracts with the company. Graduates gained an opportunity to apply their theoretical knowledge in practice and prove their talents in such areas as marketing, human resources, procurement department, IT department and at plant in quality and technical service departments. *Altogether, since the program's start in 2004, 32 trainees were engaged.*

Students can always find information on the program at www.coca-cola-job.com.ua.

Academy of Talents

Academy of Talents is a corporate structure within Department of Organizational Development, which is responsible for employee education and development. Being focused on Company's values maintenance and its vision of employees, Academy of Talents organizes educational process, a process of employee performance rating and individual planning for personal and

Мета цього проекту – організація та підтримання безпечних умов праці, охорона здоров'я. За умовами гри кожна з 6-ти команд-учасниць, що складалась із працівників заводу, протягом тижня проводила обстеження дільниць виробництва своїх суперників, виявляла конструктивні невідповідності обладнання, порушення техніки безпеки. Кожна оформлена невідповідність вважалась «ударом по воротах» суперника на дільниці, де її знайшли. Перемогла команда, яка пропустила найменшу кількість «голів».

365 днів безпеки

У 2011 році на заводі «Кока-Кола Беверіджиз Україна» був досягнутий результат – 365 днів без травматизму на виробництві.

Це справді показовий результат, який свідчить про зрілість, професіоналізм працівників, свідоме та відповідальне ставлення всіх менеджерів до охорони праці. Шлях до досягнення цього важливого результату безпечних умов роботи та здоров'я працівників, відвідувачів та підрядників був важким та сповненим викликів.

Цей результат надихає кожного зі співробітників на подальше впровадження програм OH&S, пов'язаних з системою управління промисловою безпекою та охороною праці за стандартом OHSAS 18001.

Ми вважаємо своїм обов'язком дотримуватись внутрішніх стандартів техніки безпеки та охорони здоров'я компанії, вимог законодавства України, програми Near Miss та, як наслідок, покращувати умови роботи.

Розвиток персоналу

«Кока-Кола Україна» — це справжня школа для своїх працівників, де кожен може набути нових знань та вдосколювати свої професійні навички.

Основні цінності «Кока-Кола Україна» лягли в основу унікальної культури високого рівня, що дає можливість кожному працівникові розвиватись, бути належним чином мотивованим та отримувати належну винагороду.

Програма для стажерів

Компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» пишається своєю *Програмою стажування молодих спеціалістів*.

Ми завжди раді вітати у своїх лавах талановитих та працьовитих людей. Метою програми для стажерів, започаткованої 2004 року, є підготування повноцінних спеціалістів з числа найкращих випускників вишів, розвиток їх професійних знань і навичок, лідерських якостей та набуття досвіду в бізнесовій сфері, а відтак подальшого працевлаштування в «Кока-Кола».

Програма дозволяє молоді без досвіду роботи спробувати свої сили у одній з найуспішніших бізнес-структур світу, а «Кока-Кола», своєю чергою — поповнювати персонал енергійними та завзятими кадрами.

Протягом 2010-2011 років з поміж тисячі претендентів, що подали заявки на участь у програмі стажування, було відібрано 16 кандидатів, з них 11 успішно завершили програму та отримали постійну роботу в Компанії Кока-Кола Беверіджиз Україна. Студенти-випускники мали змогу

застосувати на практиці отримані теоретичні знання та розкрити власні таланти у таких підрозділах, як маркетинг, служба персоналу, відділ постачання, відділ інформаційного забезпечення, а також на виробництві у відділі якості та технічного обслуговування. *Загалом від 2004 року Компанія залучила до своїх лав 32 стажера.*

Студенти завжди можуть дізнатись про програму стажування на сайті www.coca-cola-job.ua.

Академія Талантів

За навчання та розвиток наших працівників відповідає Академія Талантів - корпоративна структура, центром якої є Департамент організаційного розвитку Компанії. Опираючись на підтримку цінностей Компанії та її бачення відносно своїх працівників, Академія Талантів забезпечує процеси навчання, оцінки, індивідуального та професійного розвитку персоналу. Слід зазначити, що програми Академії талантів доступні кожному працівнику Компанії.

Розвиток персоналу в компанії здійснюється за 4 основними напрямками: управління результатами діяльності, сприяння саморозвитку, проведення тренінгових програм та проекти з розвитку.



2011 року було успішно втілено в життя 15 нових проектів з навчання та розвитку. А навчальний „арсенал” поповнився 12-ма новими тренінговими програмами

Ще 2007 року в усі процеси Компанії, пов'язані з управлінням людьми (такі як пошук, відбір, оцінка, навчання, розвиток і управління результатами діяльності) була впроваджена модель «Лідерпровода» (Leadership Pipeline Model). Дана модель дозволяє розвивати і утримувати таланти всередині організації на всіх рівнях управління, що допомагає створювати конкурентну перевагу Компанії і гарантувати успіх і процвітання бізнесу.

З урахуванням складних задач, що стоять перед бізнесом сьогодні, ми визначили сім основних областей, в яких наші лідери повинні досягти успіху. Це не тільки Бізнес і фінансові результати, а й Управління, Розвиток персоналу, Лі-

derstvo, Взаємовідносини, Зростання й інновації та Корпоративна соціальна відповідальність.

Employee development in the Company is implemented in four main directions: performance management systems, self-development, training programs and developmental projects.

15 new developmental projects were successfully launched in 2011. And a wealth of knowledge was enlarged by 12 new training programs

In 2007 the Leadership Pipeline model was integrated into all Company processes, connected with human resource management (searching, selecting, assessing, training, developing and performance management). The model allows developing and retaining talents within the Organization at all levels of the organization which helps to create competitive advantage of the Company and to guarantee business success and prosperity.

Given the complex challenges businesses are facing today, we have defined seven core areas in which our leaders must excel. These include not only Business & Financial Results, but also Management, People Development, Leadership, Relationships, Growth & Innovation and CSR.

For each of these areas, we have identified the skills, knowledge and experience required at every layer of leadership. This matrix forms the basis of our recruitment; performance management system; training and development; assessment.

Annual People Development Forums ensure that we have the necessary talents to satisfy key business needs and projects, as well as succession plans to ensure business continuity.

Continual improvement of professional skills for sales personnel is a priority focus area at Coca-Cola Beverages Ukraine. In 2011 the program STARS was launched aimed at boosting business indicators due to the development of a new generation of successful managers in sales department.

Altogether 14 864 workers participated in training programs in 2010-2011, which is 3,5 times more in comparison with 2008-2009. And a total of more than 19,985 man-hours were spent in training programs for employees during the last two years

Newcomers Day

The initiative object is supporting new employees. New employees, who successfully passed the probation period, can take part in this project.

The event includes preliminary quiz or contest, winner announcement and award ceremony. At the celebration all the participants pass a test on knowledge about the company, find answers to strategic questions and receive interesting gifts and prizes.

This project facilitates newcomers' adaptation and broadens their knowledge about Company.

дерство, Взаємовідносини, Зростання й інновації та Корпоративна соціальна відповідальність.

Для кожної з цих областей, ми визначили навички, знання та досвід, необхідні на кожному рівні лідерства. Ця матриця знаходиться в основі наших процесів підбору персоналу, системи управління ефективністю, навчання й розвитку та оцінки персоналу.

Форум Розвитку Працівників, який проводиться в Компанії щороку, підтверджує, що ми маємо необхідні таланти для здійснення ключових можливостей та проектів, а також гідних «наступників» для забезпечення безперервності бізнесу.

Постійне вдосконалення професійного рівня працівників комерційного відділу компанії — окрема сторінка у процесі розвитку персоналу та одне з найважливіших і пріоритетних завдань Кока-Кола Беведріжиз Україна. У 2011 році стартувала програма «STARS», основна мета якої — покращення бізнес-показників Компанії за рахунок розвитку нового покоління результативних і успішних менеджерів у торговому відділі.

Загалом 14 864 працівників взяли участь у тренінгових програмах Компанії протягом 2010-2011 років, що у 3,5 рази більше, ніж протягом 2008-2009 років. На навчання персоналу було витрачено близько 65 514 людино-годин за останні два роки

День Новачка

Метою ініціативи є підтримка нових працівників Компанії. У програмі можуть брати участь співробітники, які успішно пройшли випробувальний термін.

Суть події полягає у попередньому проведенні вікторини чи конкурсу, оголошення переможця і вручення цінних подарунків. На самому святкуванні на учасників чекає неординарна «перевірка» на обізнаність про компанію, пошук відповідей на стратегічно важливі запитання з життя новачків та не менш цікаві подарунки і сюрпризи.

Проведення Дня Новачка полегшує адаптацію нових працівників, забезпечує їх необхідною інформацією про компанію.

Розмовний клуб англійської мови

Надзвичайною популярністю серед співробітників користується «Розмовний клуб англійської мови», створений 2011 року. Метою даного проекту є подолання мовного бар'єру у співробітників, посада котрих передбачає спілкування англійською мовою з колегами, постачальниками чи клієнтами.

Програма практики для студентів-випускників

Це унікальна можливість зробити перший крок у своїй кар'єрі, познайомитися з бізнесом, культурою та традиціями Компанії, отримати досвід роботи згідно своєї освіти, вчитися у найкращих функціональних наставників.

English Speaking Club

Founded in 2011, *English Speaking Club is very popular among our employees.* The objective of the project is to improve language skill of employees whose work responsibilities require communicating in English with colleagues, suppliers and customers.



Internship Programs

This is a unique opportunity to take the first career step, familiarize with business, culture and traditions of the Company, to get experience related to the education, to get knowledge from the best functional mentors.

In 2011, 5 students out of 200 applicants were selected to participate in the program. The program offers opportunities for young professionals in five functional divisions:

- Training and staff development
- Compensation and benefits
- Procurement
- Engineering and Maintenance Support for primary production
- Engineering and Maintenance Support for auxiliary production

Experience Exchange Within the Company

Every employee, from trainee to top-manager has possibility to share his experience with others or learn more about the colleagues on the Intranet site of the Academy of Talents. Employees' success stories, advice from professionals and managers' publications on actual business topics are available there.

To expand opportunities for professional development of the employees Coca-Cola Beverages Ukraine has founded its own library of professional literature that is constantly updated with new books.

We believe these actions will bring the investments in the future, such as increase in loyalty and employees' motivation, transfer of knowledge within the Company, develop and retain talent, and achievement in the Company's business performance.

2011 року з-поміж 200 претендентів було обрано 5 студентів для участі у програмі. Програма відкриває молодим спеціалістам можливість у п'яти функціональних напрямках:

- Навчання та розвиток персоналу
- Компенсації та пільги
- Закупівлі
- Інженерно-технічна підтримка основного виробництва
- Інженерно-технічна підтримка допоміжного виробництва

Обмін досвідом всередині компанії

У кожного співробітника, від стажера до топ-менеджера, є можливість поділитися своїм досвідом з іншими або дізнатися більше про колега на Інтранет-сторінці Академії Талантів. Тут можна ознайомитися з історіями успіху наших працівників, порадами професіоналів та авторськими публікаціями менеджерів компанії на актуальні для бізнесу тематики.

З метою розширення можливостей для професійного розвитку своїх працівників Кока-Кола Беверіджиз Україна має власну бібліотеку професійної літератури, що постійно поповнюється новими книгами.

Ми віримо, що всі ці ініціативи принесуть повернення інвестицій у вигляді підвищення лояльності і мотивації співробітників, передачі накопичених знань усередині компанії, розвитку і утримання талантів, а також досягнення бізнес-показників Компанії

Залучення працівників

Один із основних принципів, сповідуваних нашою компанією — це залучення співробітників до процесу безперервного покращення трудових процесів. Щоб уникнути застою, всі сфери нашої діяльності повинні зазнавати постійного перегляду, аналізу та планування.

Інновації від працівників

Одним із способів залучення працівників є Програма інноваційних пропозицій, яка поширюється на всіх працівників Компанії. Започаткована 2003 року Програма має на меті надихати та гідно винагороджувати працівників компанії за нові інноваційні пропозиції, здатні покращити ефективність бізнес-процесів. Щоквартально визначаються 3-4 найкращі пропозиції. Упродовж 2010-2011 років у цій Програмі взяли активну участь більше 75 працівників. Надані пропозиції були цікавими, іноді несподіваними, але дуже корисними. Майже половина усіх винахідників отримала чималі премії та стала свідками втілення своїх інновацій.

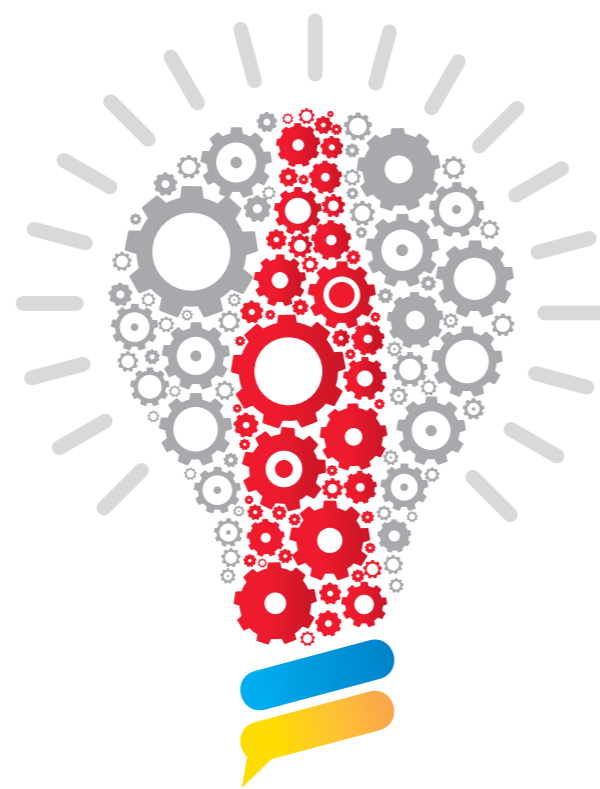
Employee Engagement

One of key principles our company is adherent to is employees engagement into continual improvement process. To avoid stagnancy, every our activity is subject to regular review, analysis and planning.

Innovations from Employees

One of the ways of employees' engagement is Innovations Program, which applies to all plant employees. Founded in 2003, the Program is aimed at inspiring and rewarding employees for new ideas that help to improve the effectiveness of business processes. Every quarter 3 or 4 best suggestions are chosen. In 2010 and 2011 more than 75 employees participated in the program. A number of interesting, sometimes unexpected and often highly valuable proposals were submitted, and almost a half of the innovators received significant bonuses in recognition of their contributions. These employees have become living testimony to their ideas.

\$11,550 was dedicated for bonus fund of the program in 2010 - 2011. Additional business value added through implementation of the best innovations amounted to \$450,000.



Innovation program **ІННОВАЦІЙНА**
програма

Преміальний фонд Програми сягнув \$ 11 550 упродовж 2010-2011 років. Більше \$ 450 000 склав економічний ефект від втілення найкращих інновацій.

Програма Кайзен

«Кайзен» (перекладається з японської як «покращення») — принцип постійного прагнення до досконалості, втілений в конкретні форми, методи, технології й донесення до людей.

Основна мета «Кайзен» — вирішити проблеми, що часто повторюються, а ідея — повністю усунути саму проблему, а не її наслідки. Кожен міні-проект «Кайзен» розробляється та впроваджується цілою групою співробітників з різних функцій. Секрет успіху — в простоті. Мозковий штурм команди — для виявлення всіх причин, що могли призвести до проблеми, методів їх усунення займає всього кілька хвилин. Відтак ідею швидко схвалює безпосередній керівник. Співробітникам відразу даються повноваження на реалізацію, а лідер групи відправляє кінцевий результат в загальну базу даних, щоб хтось інший також міг нею скористатися.

2007 рік. Розпочалось впровадження методик «Кайзен» на виробництві. Результат — збільшення ефективності ліній і скорочення витрат.

2010 рік. Зменшення незапланованих простоїв виробництва та вивільнення часу для інших операцій. Генеральний директор приймає рішення про впровадження системи Кайзен і в торговому відділі. Розроблено та підготовлено спеціальну тренінгову програму для комерційного відділу.

2011 рік. На виробництві успішно впроваджено 100 Кайзен-проектів. Тренінг Кайзен для комерційної функції було проведено для співробітників усіх філій. 147 заявок на поліпшення комерційної функції Компанії було виконано.

Вплив філософії «Кайзен» на ефективність процесів Компанії важко переоцінити. Достатньо прослідкувати, як з роками зростала ефективність однієї з виробничих ліній — ПЕТ-4:

2007 – 48%
2008 – 58,4%
2009 – 65,2%
2010 – 69,8%
2011 – 72,05%

Програма EAtB

«Excellence Across the Board» (Досконалість без меж) — це програма прибуткового росту, спрямована на підвищення критичної для компанії здатності з кожним днем посилювати свою конкурентоспроможну позицію.

Інструментом для досягнення даної мети є розвиток своїх співробітників за допомогою досвіду, набутого в інших країнах, можливості співпраці у кросс-функціональних командах.

Перші кроки були зроблені в наступних модулях EAtB: *LEAN Manufacturing* (Бережливе виробництво), *Cost to Supply*

Kaizen Program

Kaizen system (from Japanese “improvement” or “change for the better”) is a concept for continuous aspiration to perfection, implemented in clear forms, methods, technologies and outreach to personnel.

Settling recurring problems is one of the priority goals, and complete solution of a problem instead of its consequences is the leading idea in Kaizen. Each Kaizen mini-project is developed by a team of employees from various functions. Simplicity is the key to Kaizen's success. A team's brain storming to discover all causes that might have lead to the problem, methods to eliminate them and filling in a simple form takes a few minutes. The idea gets fast approval by a line manager. The employees are immediately empowered for its implementation. The team leader submits the final result to the general database so that others could use it as well, if needed.

2007. Introduction of Kaizen methods began. The result is production efficiency increase and elimination of expenses.

2010. Reduction of unplanned downtime of production and release of time for other operations. The CEO decided to introduce Kaizen system in commercial department. A special training program for the commercial department was developed and implemented.

2011. 100 Kaizen projects were successfully implemented at the plant. Kaizen trainings for commercial functions' employees were held at all branches. 147 applications to improve Company business functions were satisfied.

The influence of “Kaizen” philosophy on the efficiency of Company processes can not be overestimated. Suffice it to follow how one of the production lines (PET-4) efficiency increased over the years:

2007 – 48%
2008 – 58,4%
2009 – 65,2%
2010 – 69,8%
2011 – 72,05%

EAtB Program

«Excellence Across the Board» is a program of income growth aimed at increasing the critical capacity for the company to strengthen its competitive position every day.

Instrument for achieving this goal is people development through experience gained in other countries, possibilities of cooperation in cross-functional teams.

The first steps were made in the next modules of EAtB: *LEAN Manufacturing, Cost to Supply and Sales & Operations Planning.*

2009 – In terms of EAtB project Coca-Cola Beverages Ukraine plant was successfully certified by two solutions of LEAN Manufacturing module: «Performance Management» and «Structured Problem Solving Kaizen».

2010 – In annual EAtB certification plant team confirmed two previous solutions and received certification by the third solution - «Quick Changeover».

2011 - Fourth «Team Maintenance» solution was introduced at the plant and new fifth «Operators' Development Program» so-

(Вартість забезпечення) та *Sales & Operations Planning* (Планування продажу та мережі постачання).

2009 – завод Кока-Кола Беверіджиз Україна був успішно сертифікований в рамках проекту EAtV по двох рішеннях модуля LEAN Manufacturing (Бережливе виробництво), а саме: «Perfomance Management» (Управління результатами) та «Structured Problem Solving Kaizen» (Структурований підхід вирішення проблем Кайзен).

2010 – команда заводу у щорічній EAtV сертифікації підтвердила два минулих рішення та завоювала нові горизонти по третьому рішенню – «Quick Changeover» (Швидка переналадка).

2011 – впровадження на заводі нового, четвертого рішення «Team Maintenance» (Командне технічне обслуговування) та розробляється нове п'яте рішення «Operators' Development Program» (Програма розвитку операторів). Також впроваджується новий модуль у сфері логістики – LEAN Logistics.

MIT

Ще одним прикладом залучення співробітників Компанії є програма MIT (*Marketing Impact Team*). Основною метою програми є максимальне використання потенціалу території напередодні літнього сезону за рахунок: збільшення кількості активних клієнтів, встановлення холодильного та маркетингового обладнання, покращення представленості в торгових точках. До участі залучаються співробітники відділів, не пов'язаних безпосередньо з продажем продукції. За період MITу учасники встигають зрозуміти як працює відділ продажів, які труднощі трапляються нашим торговим представникам, наскільки важливою є командна робота і віра в результат.

2010 року MIT був проведений на території Криму, 28 співробітників компанії з різних відділів взяли участь у проекті, попередньо всі вони пройшли відповідне навчання. 2011 року програма MIT стала національною та охопила всі філії компанії, 250 співробітників з різних відділів були залучені у проект.

Внутрішній аудит

Забезпечити належну систему якості, харчову безпеку продукту, гігієну праці та екологічне керування можливо за допомогою впровадження та сертифікації ефективних систем управління згідно зі стандартами ISO 9001:2008, ISO 22000:2005, OHSAS 18001:2007 та ISO 14001:2006 на всіх стадіях технологічних процесів. Однією з найдієвіших методик внутрішнього контролю для покращення впровадження цих стандартів є внутрішній аудит.

Це — систематичний та незалежний аналіз, який дозволяє визначити відповідність стандартам, яких дотримується система «Кока-Кола» в усьому світі.

lution was developed. Also new logistics module “LEAN Logistics” is being implemented.

MIT

Another example of employee engagement is MIT (*Marketing Impact Team*) program. The program is aimed at the maximum usage of regional potential before summer period due to: increase of the number of active customers, refrigeration and marketing equipment installation, boosting of presentation at sales outlets. The employees of departments not directly connected with product sales are engaged. During MIT the participants manage to understand how sales department works, what difficulties our sales representatives face, how important teamwork and faith in the result are.



In 2010, MIT was implemented in Crimea, 28 employees from different departments of the Company participated in the project having undergone the appropriate training before. In 2011 MIT program became national and embraced all branches of our company, 250 employees from different departments participated.

Internal Audit

Ensuring appropriate system of quality, safety of food product, hygiene of labor and environmental management is feasible with introduction and certification of efficient management systems in accordance with the ISO 9001:2008, ISO 22000:2005, OHSAS 18001:2007 and ISO 14001:2006 Standards during all stages of technological process.

Internal audit is one of the most effective methods of internal control for the Standards improvement.

It is a systematic and independent (separate) analysis, which allows to control compliance with the Standards used by the Coca-Cola System all over the world.

Внутрішній аудит допомагає:

- аналізувати належним чином, вдосконалювати та підвищувати впровадження вимог стандартів компанії;
- відслідковувати поточні проблеми;
- регулярно проводити самооцінку;
- сигналізувати про розробку та застосування корегуючих дій.

Внутрішні аудити, які іноді називають „аудитами першої сторони”, проводяться із залученням інших організацій, або самою компанією. «Кока-Кола Беверіджиз Україна» створила власну команду внутрішніх аудиторів.

За допомогою структурованих навчальних програм, які допомагають покращити технічні навички, внутрішні аудитори розширили знання та підвищили рівень кваліфікації.

План проведення внутрішніх аудитів «Кока-Кола Беверіджиз Україна» розрахований на рік. Вся територія розділена на 28 дільниць. Кожна з дільниць перевіряється одним або групою аудиторів, в залежності від її складності та розміру.

Близько 30 спеціалістів з різних підрозділів щорічно перевіряють «Кока-Кола Беверіджиз Україна» на відповідність міжнародним стандартам, вимогам «The Coca-Cola Company», державним стандартам України та оцінюють ступінь виконання критеріїв аудиту.

Виробництво

Виробництво є життєво важливою частиною нашого бізнесу. Важливим є як приміщення, де відбуваються основні виробничі процеси, так і люди, які оперують найсучаснішим обладнанням.

Наше виробництво сертифіковано за системою міжнародних стандартів ISO, зокрема системою управління якості ISO 9001, системою управління безпечністю та якістю продуктів харчування FSSC 22000, системою охорони навколишнього середовища ISO 14001 та за системою управління гігієною та безпекою праці OHSAS 18001.

Система якості

Гарантія високої якості та безпеки продукції компанії — найважливіший аспект нашого бізнесу.

Це означає, що наш завод із виробництва безалкогольних напоїв, один з найсучасніших та найпотужніших у Європі, відповідає найвищим українським та світовим стандартам якості.

2011 року завод пройшов аудит та отримав сертифікат на відповідність стандарту безпечності та якості виробництва продуктів харчування FSSC 22000:2010. Система FSSC 22000 визнана єдиною системою, що схвалена Global Food Safety Initiative (GFSI) в якості універсального стандарту управління безпечністю та якістю продовольства.

The internal audit helps to:

- analyze, improve and update implementation of the Company's Standards;
- follow up routine issues;
- make regular self-evaluation;
- inform about working out and implementing correct actions.

Internal audits, sometimes named as “audit by one-side”, are conducted with other organizations involvement or by the organization itself. Coca-Cola Beverages Ukraine has created its own team of internal auditors.

Structured training programs aimed at improving technical skills contributed to the development of the qualification level of internal auditors.

Internal audit plan of “Coca-Cola Beverages Ukraine” is scheduled for one year. The whole territory is divided into 28 districts. Each of the districts is evaluated by one auditor or a group of auditors depending on its complexity and size.

About 30 specialists from different departments re-view the compliance of Coca-Cola Beverages Ukraine with the international and Coca-Cola standards, the state standards of Ukraine and evaluate the level of audit's requirements implementation.

Production

Production is an essential part of our business in terms of both: the facilities, where main production processes are taking place and the people who operate the up-to-date equipment. Our production is certified under international standards system ISO, Quality Management System 9001, Food Safety Management System FSSC 22000, Environment Management System 14 001 and Occupational Health and Safety Management System OHSAS 18001.

Quality System

Ensuring high quality and safety of our products is most important for our business.

It means that our beverage plant — one of the most modern and most powerful plants in Europe — meets the highest Ukrainian and world quality standards.

In 2011 an audit was conducted and the plant gained International Standard developed for the certification of Food Safety Management System FSSC 22000:2010. The FSSC 22000 system is fully recognized by the Global Food Safety Initiative (GFSI), the benchmarking body for the harmonization of international food safety standards.

Setting annual goals for quality and safety of food products at all technological processes provides continual improvement and compliance with all the standards.

Besides, Coca-Cola Beverages Ukraine requires its suppliers to follow the same requirements towards quality and food safety. Control over materials and services they provide is carried out through audits and examination.



Встановлення щорічних завдань з якості та безпеки харчових продуктів для всіх технологічних процесів забезпечує постійне вдосконалення і відповідність до всіх стандартів.

Крім того, «Кока-Кола Беверіджиз Україна» вимагає дотримання постачальниками таких самих вимог до якості та харчової безпеки, а контроль матеріалів та послуг, які вони надають, перевіряється шляхом проведення аудиту та перевірки.

Встановленням специфікацій для інгредієнтів компанія доводить вимоги харчової безпеки та якості підрядникам, клієнтам та споживачам, що мають вплив на системи управління харчовою безпекою та якістю, або на які ці системи впливають.

Виробничі потужності

Вода для виробництва наших напоїв видобувається зі свердловин *Сеноманського* (220 м) та *Юрського* (390 м) горизонтів, що забезпечує відсутність забруднень антропогенного походження. На поверхні свердловини закриті окремими невеликими цегляними спорудами. Вони і є основними об'єктами заводу, тож ретельно охороняються, перебувають під постійним відеоспостереженням та

Establishing specifications for the ingredients, the Company sets up requirements for food safety and quality for contractors, clients and consumers who influence the food safety and quality system management, or are influenced by these systems.

Production Capacity

Water for production of our beverages is taken from *Senoman* (220m) and *Jurassic* (390m) horizons. This depth ensures absence of anthropogenic origin pollution. On the surface, the wells are covered with special constructions. These constructions are the key facilities of the plant and are assiduously protected, separated with a special fence and are under constant video surveillance. Quality of the extracted water depends first of all on the quality of wells — pipes and maintenance in particular.

It is practically impossible that outside admixtures from the pipes, earth layers or surface get into the wells.

Fourteen bottling lines currently operate at the Coca-Cola Beverages Ukraine bottling plant:

огорожені спеціальним парканом. Якість видобутої води залежить насамперед від якості самої свердловини, зокрема, труб та обслуговування.

У наших свердловинах потрапляння сторонніх домішок з труб, земної товщі та з поверхні землі практично виключена.

Сьогодні на заводі «Кока-Кола Беверіджиз Україна» працює 14 ліній з розливу напоїв:

- 6 PET-ліній з розливу солодких газованих напоїв у пластикові пляшки об'ємом 0,5; 1; 1,5; 2 та 2,5 літрів, а також природної питної води ТМ Bonaqua об'ємом 0,5; 1; 2 літрів;
- 1 лінія з розливу в банки об'ємом 0,25 та 0,5л;
- 1 лінія з розливу у скляні пляшки;
- 4 лінії з розливу соків ТМ «Rich», «Добрий» та «botaniQ»;
- 1 лінія РОМ здійснює розлив сиропів для апаратів ресторанів швидкого харчування;
- 1 лінія APET здійснює розлив холодних чаїв ТМ «Nestea» об'ємом 0,5; 1,5 літрів та соків ТМ «botaniQ» 0,4 та 0,9 літрів.

Найпотужніша з ліній здатна виробляти до 46 000 півлітрових PET-пляшок продукції на годину; найшвидша баночна лінія може виготовити 50 000 банок продукції на годину.

Особливості виробничих ліній

Наші швидкісні лінії характерні компактністю, відповідно площу займають дуже економно і їх обслуговує всього 4-5 операторів.

Встановлена 2006 року перша супершвидкісна лінія є так званим *моноблоком*: операція з видування пляшки, розлиття напою та закупорювання здійснюються однією машиною. Всі процеси управління централізовані, на цій лінії можна виробляти будь-яку упаковку (0,5 л, 1л, чи 2л).

Квітень 2007 року відзначився важливою подією — довгоочікуваним встановленням *мультиформатної виробничої лінії для приготування, розливу, пакування та палетування продукції*. Ця лінія дала змогу суттєво збільшити обсяги виробництва, асортимент продукції та відновити на заводі баночне виробництво. Обладнання містить вбудовану систему глобальної статистики та аналізу роботи лінії, а також вбудовану систему контролю за якісними параметрами продукту. Дана виробнича лінія за годину здатна виготовляти до 44 000 півлітрових пластикових пляшок та до 50 000 банок.

2009 року на заводі було встановлено та введено в експлуатацію *асептичну лінію для виробництва холодного чаю Nestea*. Починаючи з 2010 року асептична лінія розпочала масове виробництво соків та нектарів ТМ «botaniQ» в PET пляшках.

2011 року на заводі було здійснено перехід на *NRGB (non returnable glass bottle) на лінії скла*, що значно покращило виробничі умови та зменшило ризики з якості.

- Six PET lines for sparkling beverages in 0.5; 1; 1.5; 2 and 2.5 liter PET plastic bottles and also natural drinking water Bonaqua TM in 0.5; 1 and 2 liter bottles;
- One canning line for production of 0.25, and 0.5 liter can;
- One glass bottling line;
- Four lines for bottling juices under “Rich”, “Dobriy” and “Botaniq” trade marks;
- One POM line for syrups for the quick serve restaurants;
- One APET line for bottling 0.5 and 1.5 liter cold beverages under “Nestea” trademarks and 0.4, 0.9 liter under “botaniQ” trademarks.

One of the most powerful lines can produce up to 46 thousand 0.5 liter PET bottles of product per hour; the fastest canning line can produce 50 000 cans of product per hour.

Peculiarities of Production Lines

Our super-speed bottling lines are notable for their compactness and efficient operation; they occupy a small area and require only 4-5 operators.



The first super speed line, installed in 2006, is called the “*monoblock*”. All bottling functions from start to end — bottle blowing, beverage bottling and bottle corking — are performed by one machine, and all management processes are centralized. The line can produce finished beverages in all package sizes: 0.5, 1.0 or 2.0 L.

April 2007 saw the long-awaited installation of a new “*multi format*” production line for the preparation, bottling, packing and palleting of the Company's products. This line enables the Company to expand its production volume and product range and to restart can production. The equipment includes a new system for statistical analysis of line functioning and an embedded system for quality parameter control. The production line is capable of producing up to 44,000 0.5-liter plastic bottles and up to 50,000 cans per hour.

In 2009 a new *aseptic line for production of cold tea Nestea* has been installed and commissioned. From 2010 the aseptic line

Склади

Компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» має два власних склади — у Києві та Львові та орендує 9 регіональних складів.

Склад поділений на буферну зону, де зберігається продукція та зону підбору, де готуються партії на відвантаження.

Одним із ноу-хау в складських технологіях компанії є розроблена схема руху товарів. Весь товар розподіляється за категоріями руху: швидкий, середній та повільний. Відповідно до категорії товар розташовують на території складу. Таким чином, найближче до місця відвантаження розташовується товар, який реалізується швидше. Також існує своя схема збирання замовлення.

Для персоналу, який працює на складах, є спеціальний навчальний курс під назвою *Warehouse University* («Складський Університет»), який зобов'язані пройти всі керівники складів у регіонах та старші змін. Під час навчання вони також опановують навички створювати належний командний дух у колективі та трудову дисципліну. Навчання персоналу також проводиться у сфері управління запасами продукції. Водії автотранспорту проходять тренінговий курс із безпечного водіння та атестацію.



Аби покращити якість зберігання нашої продукції та зменшити втрати, ініційовано програму «Ідеальний склад». Ця програма включає впровадження процедур компанії із зберігання продукції та запровадження найкращих складських практик на регіональних складах. У рамках цієї програми всі керівники складів та відповідальні за доставку пройшли три семінари.

Впровадження програми «Ідеальний склад» забезпечило зниження втрат на регіональних складах на 43% порівняно з попереднім періодом.

Також проведено пілотний проект Lean Logistics в Харкові з подальшим впровадженням на всіх регіональних складах. Проект дає змогу оптимізувати складські процеси та підвищити ефективність роботи складського господарства.

started mass production of juices and nectars “botaniQ”™ in PET bottles.

In 2011 a transmission to NRGB (non returnable glass bottle) at glass line was accomplished, which boosted production conditions and decreased quality risks.

Warehouse

Coca-Cola Beverages Ukraine has two dedicated warehouses, in Kyiv and Lviv and 9 additional warehouses are rented regionally.

The warehouse is divided into buffer area, where production is kept and selection area, where production lots are prepared for shipment.

To maximize efficiency, the Company also implements several specialized warehouse management systems. One of these systems controls the distribution of products within the warehouse, which is organized by category: rapid, middle and slow. Products which are sold faster are situated close to the shipment area. There also exists a special order collection scheme.

The Company provides a special training course for the warehouse personnel, called “Warehouse University”, which all warehouse managers in regions and shift managers must attend. The training covers product stock management as well as provides for developing a strong team spirit and discipline. The car loaders pass training on safe driving and attestation.

In order to improve storage quality of the finished goods and reduce company losses, the “Ideal Warehouse” program was initiated at all regional warehouses. This program includes review and implementation of finished goods handling procedure and best warehousing practices implementation. All Warehouse and Distribution Managers attended three trainings within the “Ideal Warehouse” program.

Implementation of this program resulted in reduction of stock losses by 43% last year in comparison with the previous period.

Also the pilot project Lean Logistics was accomplished in Kharkiv with further implementation at all regional warehouses. The project enables to optimize warehouse projects and to boost the efficiency of warehouse utilities.

Distribution

More than 200 trucks deliver the Company’s products to more than 4,100 customers every day throughout Ukraine.

Coca-Cola Beverages Ukraine has created its own unique system of direct distribution which allows customers throughout Ukraine to receive Coca-Cola beverages on time and with high quality service. To better serve its customers, Coca-Cola is continually developing more effective and flexible delivery systems, with special attention to automated route optimization, car maintenance and repair, efficient fuel consumption, product storage control, and delivery vehicle driving skills.

Дистрибуція

Більше 200 вантажівок кожного дня розвозять нашу продукцію Україною, відвідуючи щодоби близько 4 100 клієнтів.

«Кока-Кола Беверіджиз Україна» створила свою власну унікальну систему прямої дистрибуції, завдяки якій клієнти Компанії по всій Україні отримують свої замовлення вчасно та якісно. Щоб покрити територію, на якій постійно з'являються нові активні клієнти, «Кока-Кола» працює над створенням максимально ефективної та гнучкої системи доставки. Особлива увага приділяється комп'ютерній оптимізації маршрутів, технічному догляду та ремонту машин, споживанню пального, контролю за збереженістю продукції, а також управлінню безпосередньо водіями.

На сьогодні компанія застосовує ступеневу систему, яка дозволяє на підставі щоденних результатів прослідкувати економічну ефективність кожної доставки залежно від маршруту, завантаження тощо. Щоб удосконалити навички з керування автомобілем та зменшити кількість аварій, розроблено навчальні курси, які кожен водій компанії зобов'язаний пройти. Водії також проходять щорічне оцінювання своїх навичок. У результаті — з року в рік зменшується кількість аварій, причому автомобільний парк компанії та кількість кілометрів зростають.

Проект SAP Wave 2

Проект SAP Wave 2 – це друга хвиля впровадження масштабного бізнес-проекту, мета якого – стандартизувати процеси для всіх країн групи Кока-Кола Хеленік, які працюватимуть в єдиній системі управлінського обліку SAP.

2011 рік позначився впровадженням переходу всіх процесів Кока-Кола Беверіджиз Україна на нову бізнес-платформу SAP WAVE 2. Відтепер двадцять одна з двадцяти восьми країн групи Кока-Кола Хеленік використовують цю платформу.

Цілий рік проектна команда в Україні працювала над тим, щоб процес переходу на нові стандарти роботи був якомога безболіснішим, адже зміни мали відбутись відразу в кожній функції Компанії.

94 тренінгові сесії були проведені для навчання 1700 співробітників. Під час тестування працівники показали високі результати – понад 97% правильних відповідей.

1 січня 2012 року компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна повністю перейшла на нову систему. Всі замовлення були доставлені клієнтам без збоїв, а всі безперервні процеси успішно активовані.



Today the Company applies a “stepwise” system which uses daily results to track the economic efficiency of every delivery, depending on routes, load and other factors. To increase driving skills and minimize accident rates, a special training course has been developed which every Company driver must pass, and drivers are evaluated annually. As a result the number of accidents decreases year-by-year, despite a continual increase in the number of Company cars and kilometers traveled.

SAP Wave 2

The SAP WAVE 2 is the second wave of business-project implementation, aimed at standardizing processes in all countries of Coca-Cola Hellenic Group, which will work in the joint management accounting SAP system.

The year 2011 was marked by the transmission of all the processes of Coca-Cola Beverages Ukraine to the new business-platform SAP WAVE 2. From now on twenty one of our twenty eight countries use this platform.

The whole year the Ukrainian project team had been working at making the transmission to new standards as smooth as possible, as the changes were to take place in each function of the Company.

To train 1,700 employees 94 training sessions were held. During the trainings the high results were shown – over 97% of correct answers.

On the 1st of January, 2012 Coca-Cola Beverages Ukraine had a complete go-live. All customer orders were delivered without any business disruption and all end-to-end processes were successfully activated.

Компенсації та пільги

Винагорода за працю

У компанії політика визначення заробітної плати розроблена таким чином, щоб забезпечити її конкурентоспроможність на ринку праці, відповідність до бізнес-потреб та залежність від ключових результатів бізнесу. Заробітна плата залежить від рівня посади, досвіду працівника, його навичок та результатів роботи. Її розмір коригується відповідно до тенденцій на місцевому ринку праці до рівня, визначеного керівництвом. Як правило, вона адмініструється та обговорюється в сумах, враховуючи податки та відрахування. Компанія сама проводить усі необхідні відрахування відповідно до українського законодавства.

Також працює система винагород для поліпшення результатів роботи, своєчасного і якісного виконання поставлених цілей. Актуальна система винагород встановлена для працівників Торгового відділу, відділу Логістики та Виробництва. Винагорода має фіксований розмір, який нараховується на щомісячній основі відповідно до виконання визначених критеріїв, наприклад, обсягів продажу та доставки чи ефективності виробництва.

Медичне страхування

Ми пам'ятаємо і про здоров'я наших працівників. Пільгова програма медичного страхування працівників працює вже багато років. Вона охоплює усі основні види лікарської допомоги під час хвороби і надає людям більше впевненості у житті і праці.

На сьогодні в Програмі беруть участь більше 1 500 працівників.

Також Програма медичного страхування надає можливість працівникам застрахувати членів своїх родин за пільговою ціною.

Дитячий відпочинок

Наша Компанія приділяє особливу увагу дітям працівників, турбуючись про їх здоров'я та відпочинок під час ка-



Compensations and Benefits

Rewarding

The Company's wage determination policy is designed to ensure its competitiveness in the labour market, business needs compliance and dependence on key business results. Wage depends on position, employee experience, his/her skills and performance. Its rate is adjusted according to trends in the local labor market and the level is determined by management. Generally it is administered and discussed in the amounts, including taxes and deduction. *According to Ukrainian legislation the company itself counts all the necessary deductions.*

Besides, we have a set bonus system, which contributes to increasing the employees' interest in improving their results, timely and quality execution of goals set. The bonus system is established for the employees in Sales, Logistics, and Production Departments. The bonus is fixed, and it is calculated based on monthly performance in accordance with the determined criteria — such as sales volume and delivery, production efficiency.

Medical Insurance

We remember about our employees' health too. Preferential health insurance program is implemented in the Company for many years. The insurance covers all main aspects of medical assistance in case of illness, providing employees with greater certainty in life and work.

More than 1500 employees take part in the Program as of today.

According this insurance program the employees can insure their family members at preferential prices.

Children's Summer Camps

Our Company gives special attention to employees' children caring about their health and activities during summer holiday. *Company employees, who have children aged 7-14 years old, can send them to the summer camp.* As usual we organize these activities in the children's camp of Crimea, Zakarpattya, Odesa and Kyiv region. The company defrays the main part of expenses and together with their parents chooses the camp.

Special New Year's parties for children are also organized as exciting celebrations with fun-packed entertainment, competitions and gifts.

More than 120 children of employees took advantage of the summer activities program in 2010-2011. More than 800 children take part every year in the special children's New Year's celebrations.

Unique Experience

We respect and honor our employees for their contribution and we are thankful everybody for fruitful activity. The Company has the Motivation Program for employees who have served 5, 10 and 15 years. At the end of every month we celebrate Anniversary Day. We come together and congratulate people cele-

brating their anniversary. Зокрема, працівники компанії, які мають дітей віком від 7 до 14 років, можуть направити їх на відпочинок до літнього табору. Традиційно ми співпрацюємо з дитячими таборами Криму, Закарпаття, Одещини та Київщини. Компанія бере на себе більшу частину витрат на відпочинок та індивідуально підходить до вибору табору разом із батьками.

Окремої уваги заслуговує організація дитячих новорічних вечірок — грандіозних святкувань із веселими розвагами, конкурсами та подарунками.

Близько 120 дітей працівників компанії скористалися програмою літнього відпочинку у 2010 - 2011 роках. Понад 800 дітей беруть участь у щорічних дитячих новорічних святкуваннях.

Незамінний досвід

Ми цінуємо наших працівників за їх вклад та вдячні кожному з них за плідну працю. Розроблена та проводиться Програма заохочування працівників з нагоди 5, 10 та 15-річного ювілею роботи в Компанії. Наприкінці кожного місяця проводиться урочисте свято – День ювіляра! Ми збираємося разом та вітаємо наших ювілярів місяця. Керівництво компанії урочисто дарує ювіляру пам'ятний сувенір. З початку дії Програми 756 працівників отримали срібну відзнаку за 5 років роботи в компанії, 193 працівника – золоту відзнаку за 10 років, 76 працівників за 15 років сумлінної праці в компанії отримали спеціальний подарунок, кришталевий глобус.

Протягом 2010 - 2011 років спеціальні відзнаки за 5 років роботи в Компанії отримали 330 співробітників, за 10 років — 69, і нагороди за 15 років — 71 працівник.

Поза роботою

Здоров'я, безпека та добробут працівників компанії є основою діяльності системи «Кока-Кола» в Україні та світі. «Працювати із задоволенням та гідно відзначити успішні результати роботи» — загальний принцип співпраці «Кока-Кола Україна» з персоналом. Поважаючи унікальність та індивідуальність кожної людини, «Кока-Кола» в Україні докладє зусиль, щоб працівники відчували всебічний інтерес та підтримку з боку компанії не тільки у робочі години, але й поза працю. Програми заохочення та мотивації, організація корпоративних свят, видання корпоративного журналу, підтримка спортивного способу життя — усе спрямоване на те, щоб викликати у кожного працівника компанії натхненний настрій та задоволення від справи, яку він робить.

Футбольний турнір

Турбота «Кока-Кола Україна» про активний спосіб життя та спортивний відпочинок своїх працівників — це невід'ємна складова загальної стратегії діяльності «Кока-Кола».

Найяскравіший приклад із спортивного життя працівни-



brating their anniversary. The company leaders award them with special prizes. From the beginning of the Project 756 people received silver badges for 5 years of service, 193 – gold badges for 10 years, and 76 employees for 15 years of good work received the special prize, crystal globe.

During 2010-2011 special prizes were granted to 330 employees for 5 years, 69 for 10 years and 71 for 15 years of work.

Beyond the Work

The health, safety and welfare of the Company's employees are primary concerns of the Coca-Cola System globally and in Ukraine. *“Enjoy work and reward good performance” is a basic operating principle of Coca-Cola Beverages Ukraine's collaboration with its employees.* Respecting the personal uniqueness and individuality of its employees, Coca-Cola Ukraine makes every effort to provide support not only during work hours but also outside the business. Encouragement and motivation programs, company events, a company magazine, and support for sports activities are all conducted to help Coca-Cola employees to enjoy and be inspired by their work.

Football Tournament

As part of its broader commitment to encouraging active lifestyles, Coca-Cola Ukraine encourages its employees to enjoy a healthy, active life and fun sporting activities. A prominent example of Coca-Cola employee sports activities is an annual internal Coca-Cola football cup, in which teams from head office, plant and Kyiv sales department participate. Employees from different business levels from sales representative to General Manager gather on the football field.

In 2011 the tournament turned into all-Ukrainian and embraced all branches of Coca-Cola Beverages Ukraine: 34 teams engaging 300 participants participated.

Company national football team participates successfully in numerous football business-competitions among Ukrainian Companies. For instance, our team regularly takes part in foot-



ків компанії — проведення щорічного внутрішнього футбольного турніру «Кубок Заводу Coca-Cola», у якому беруть участь команди головного офісу, заводу та торгового відділу Києва і Київської області. На футбольному полі разом збираються працівники усіх ланок бізнесу — від торгового представника до Генерального директора.

2011 року турнір став всеукраїнським та охопив усі філії компанії Кока-Кола Беверіджиз Україна: у ньому взяли участь 300 гравців у складі 34 команд.

Збірна команда Компанії успішно виступає на численних футбольних бізнес-змаганнях між українськими компаніями. Наприклад, у регулярному футбольному турнірі серед компаній - членів Американської Торгівельної Палати в Україні наша команда бере участь від 2005 року і вже тричі ставала чемпіоном цих змагань.

Місяць «Кока-Кола»

2009 року компанія розпочала кампанію зі зміцнення довіри до своїх брендів, розпочавши її саме зі співробітників. За результатами проведення Місяця Кока-Кола, знання та довіра співробітників до брендів Компанії зросли на 30%. Це надихнуло керівництво Компанії проводити ініціативу на щорічній основі.

2010 року Місяць Кока-Кола пройшов під гаслом «Я знаю секрет!». Головним елементом кампанії була онлайн-вікторина, в якій взяли участь 40 команд з усієї України. Місяць Кока-Кола спричинив жваву зацікавленість до інформації про історію Компанії та брендів, в результаті чого використання Інтранету зросло на 110%.

2011 року Місяць Кока-Кола став одним із низки заходів,

ball tournament among the members of American Chamber of Commerce in Ukraine since 2005 and won the competition for three times already.

Coke Month

In 2009 the Company launched a long-term campaign aimed at strengthening trust to our brands, Company employees were the first to participate in it. The implementation of Coke Month resulted in the increase of employee awareness and trust in Company's brands by 30%. It inspired the Company to implement the initiative annually.

In 2010 the Coke Month was launched under the slogan "I know the secret!". The main part of the campaign was an online-quiz in which 40 teams from all over the country participated. Coke Month evoked growing interest to the Company and brand information which resulted into Intranet usage increase by 110%.

In 2011 the Coke Month was one of the elements in the succession of events dedicated to Coca-Cola 125th Anniversary. The celebration started with the anniversary party for all employees of Coca-Cola Ukraine. During the day of Coca-Cola 125th Anniversary celebration the employees were greeted by jazz-band at the entrance to the office. Everyone could participate in the lottery and gain a special present from the Company. To complete the event the general photo session and a huge cake awaited for the employees. Holiday events were held not only at head-office and plant but also at all Ukrainian branches.

BonAqua Days

Before World Water Day a complex of educative and entertaining events dedicated to water theme are implemented for the employees. These days are called BonAqua days. Each employee has a chance to get informative booklets and to participate in com-

приурочених до святкування 125-ї річниці бренду Кока-Кола. Святкування почалось з ювілейної вечірки для всіх співробітників Системи Кока-Кола в Україні. Безпосередньо в день святкування 125-річчя Компанії співробітників біля входу в офіс вітали музиканти джазового гурту. Кожен міг взяти участь у лотереї «Виграють всі» і отримати спеціальний подарунок від Компанії. На завершення – групова фотосесія і величезний святковий торт. Окрім головного офісу і заводу, святкові заходи пройшли у всіх філіях Компанії по всій Україні.

Дні BonAqua

Напередодні Всесвітнього Дня води для співробітників проводяться Дні BonAqua – комплекс просвітницьких та розважальних заходів присвячених темі води. Кожний працівник має змогу отримати інформаційні брошури, взяти участь у конкурсах. 2011 року в рамках Днів BonAqua для торгового відділу було організовано термінальний квест «Вода в житті людини», в якому взяли участь 280 торгових представників з різних куточків України. Переможця було нагороджено поїздкою до Карлових Вар на двох.



Внутрішня комунікація

«Кока-Кола» в Україні — це велика складна система, тож для інформування співробітників про діяльність компанії, новини ринку і навіть особисті новини працівників існує налагоджена внутрішня комунікація. Корпоративний журнал, Інтранет, а також спеціальні листівки до подій, які організує компанія — це те, що допомагає кожному бути поінформованим та відчувати себе невід'ємною частиною великого організму.



petitions. In 2011 a terminal quest "The Role of Water in Our Life" for sales department was organized within BonAqua days. 280 sales representatives from all over the country participated. The winner was awarded with a trip for two to Karlovy Vary.

Internal Communication

Coca-Cola in Ukraine is a large and complicated system. To inform the employees on the company's activities, market and company news, as well as important personal news, we have a set internal communication. Corporate magazine, Intranet, as well as special posters on the occasion of various company-organized events help everyone stay informed and be an important part of a big company.



Довкілля

- Розвиток системи екологічного менеджменту / 37
- Зміна клімату / 37
- Відповідність до екологічних стандартів / 38
- Моніторинг екологічних показників / 39
- Використання води / 39
- Використання енергії / 40
- Сировина та матеріали / 42
- Упаковка / 42
- Тверді відходи / 43
- Суспільні проекти / 43

Environment

- Development of Environmental System / 37
- Climate Change / 37
- Compliance with Environmental Standards / 38
- Monitoring Environmental Indicators / 39
- Water Usage / 40
- Energy Usage / 40
- Raw and Other Materials / 42
- Packaging / 42
- Solid Waste / 43
- Social Projects / 43



«Ми щороку проводимо аудит компанії «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» на відповідність міжнародному стандарту з екологічного менеджменту ISO 14001. Команда відповідальних працівників компанії Кока-Кола завжди забезпечує відкрите проведення аудитів. Ми з впевненістю подовжуємо дію сертифікату ISO 14001, адже Кока-Кола в Україні виконує всі вимоги міжнародного стандарту та крокує в ногу із сучасними технологіями розвитку задля дбайливого ставлення до довкілля.»

*Наталія Попова,
Технічний Менеджер,
ПІ «СЖС Україна»*



«Ми підтримуємо розвиток системи управління відходами в Закарпатській області, де місцеві річки потерпали від пластикового сміття, яке нагромаджувалося, блокувало канали річок та призводило до повеней. Просвітницька кампанія мала на меті залучення місцевих жителів до активних дій, таких як прибирання берегів, очищення водних шляхів від сміття, переробка пластику. Компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна підтримала ініціативу і допомогла успішно впровадити екологічні програми в області. Компанія надала великі контейнери для роздільного збору пластикових пляшок та підтримала проведені заходи. У 2009-2011 роках місцевими волонтерами було зібрано 16 тонн ПЕТ пляшок для переробки. У 2011 році завдяки фінансовій допомозі компанії було очищено від ПЕТ пляшок річку Латориця.»

*Олена Марушевська,
Закарпатська філія Всеукраїнської Екологічної Ліги,
Керівник проекту*

«We support development of waste management system in Zakarpattia region where mountaineer rural communities had suffered from plastic waste in rivers which also enhanced flooding. Local awareness campaign was aimed at residents engagement in hands-on activities such as cleaning riverbanks, removing waste from waterways and plastic recycling. Coca-Cola Beverages Ukraine responded to support the initiative and helped to deploy successful environmental programs in the region. Company provided large containers for PET bottles, supported collection events. In 2009-2011 local volunteers collected more than 16 tones of PET bottles for recycling. In 2011 owing to the financial support of the company Latorica river was cleaned from PET bottles.»

*Olena Marushevska,
Zakarpattia Branch of All-Ukrainian Ecological League,
Project manager*

*Natalia Popova,
Technical Manager,
FE SGS Ukraine*

Компанія чітко розуміє вплив своєї діяльності на навколишнє природне середовище і бере на себе зобов'язання із захисту та збереженню довкілля. Компанія прийняла Екологічну політику, пріоритетними напрямками якої є: раціональне використання водних ресурсів, енергоефективність, зменшення викидів CO₂, скорочення обсягів утворення відходів та збільшення кількості їх переробки.

Окрім Екологічної Політики, в Компанії прийняті і діють Політика з утилізації та переробки твердих відходів та Політика з питань зміни клімату.

Кока-Кола в Україні постійно працює над тим, щоб мінімізувати свій вплив на довкілля. Це — частина широкого спектру дій усієї Системи Кока-Кола в інтеграції соціально відповідальних практик та принципів сталого розвитку

Розвиток системи екологічного менеджменту

У 2002 році Кока-Кола Беверіджиз Україна вперше сертифікувала систему екологічного менеджменту на заводі на відповідність до державного екологічного стандарту. Кожного року ми підтверджуємо відповідність міжнародному та державному стандартам. Так восени 2011 року команда аудиторів з міжнародної компанії SGS та державного органу з сертифікації «Укрметртестстандарт» провела аудити компанії відповідно до міжнародного екологічного стандарту ISO 14001 року та державного екологічного стандарту ДСТУ ISO 14001. Аудитори підтвердили дії сертифікатів ще на один рік та оцінили завод Кока-Кола Беверіджиз Україна як такий, що повністю відповідає міжнародним та українським стандартам з охорони навколишнього природного середовища!

Зміна клімату

Щодня ми використовуємо енергію для обігріву будинків, поїздок транспортом та роботи офісів, вона необхідна підприємствам для виробництва різних товарів. Основним джерелом є згорання нафти, вугілля та газу, у результаті чого в атмосферу вивільняється двоокис вуглецю — CO₂ — «парниковий газ». Більшість вчених сходиться на думці, що парниковий ефект сприяє підвищенню температури Землі та зміні клімату.

Зміна клімату є причиною збільшення кількості екстремальних погодних умов, у тому числі засух в одних регіонах і паводків в інших. Такі умови можуть призвести до нестачі прісної води та зникнення деяких видів рослин і тварин, що, в результаті, створює загрозу для здоров'я і забезпечення їжею. До 2025 року дві третини населення Землі може зіткнутись з проблемою нестачі прісної води.

Чому це важливо для Coca-Cola?

Науковці прогнозують, що зміни клімату матимуть величезний вплив на водні ресурси та сільське господарство — два важливих компоненти бізнесу нашої Компанії. То-

The Company has full understanding of its influence on environment and is committed to environment protection and preservation. The Company has adopted environmental policy, the priority of which is economical use of water, energy efficiency, decrease of CO₂ emissions and wastes and the increase of wastes recycling.

In addition to the Environmental Policy, we have Packaging Waste and Recycling Policy and Climate Change Policy in place.

Coca-Cola in Ukraine is committed to minimizing its impact on the natural environment as part of its broader efforts to integrate socially responsible behaviour and sustainable management principles in all areas of its operations

Development of Environmental System

In 2002 Coca-Cola Beverages Ukraine firstly certified Environmental Management System at the plant in compliance with state environmental standard. Every year we confirm the compliance with international and national standards. In autumn 2011 a team of auditors from international company SGS and the state certification authority «Ukrmetrtteststandard» conducted company's audits according to the international environmental standard ISO 14001 and state environmental standard SSU ISO 14001. The auditors confirmed the certificates' validity for one more year and rated Coca-Cola Beverages Ukraine plant as a plant that fully meets all international and Ukrainian standards of environmental protection!

Climate Change

Energy is used every day to heat homes, drive cars and run offices. It is also used to power factories and manufacture consumer goods. The main source of this energy is burning of fossil fuels, such as oil, coal and gas, which release carbon dioxide, CO₂, a primary "greenhouse gas" into atmosphere. Most scientists agree the greenhouse effect contributes to raising the Earth's temperature and altering its climate.

Climate change is linked to extreme weather conditions — including droughts in some regions and flooding in others. Those conditions can create freshwater shortages, which can result in plant and animal extinctions and threats to food security and health. By 2025 two-thirds of the world's population could face severe and chronic water shortages.

Why is it important to Coca-Cola?

Scientists predict that climate change will have a profound effect on water resources and agriculture — two vital components of the Company's business. Therefore, to ensure long-term sustainability of freshwater resources and agricultural products used in our beverages, the Company is committed to minimizing our impact on climate. This is not only important for our business, it is important for the sustainability of the communities where we operate as well.

Our response to climate change reflects the Company's inte-

му, задля стабільного забезпечення водою та продуктами аграрного господарства, які використовуються в наших напоях, Компанія взяла на себе зобов'язання мінімізувати вплив на клімат. Це важливо не тільки для нашого бізнесу, але і для сталого розвитку громад, в яких ми працюємо.

Зменшення використання енергії також дозволить нам скоротити операційні витрати та сформувати міцніші відносини з усіма зацікавленими сторонами, адже обізнаність про цю проблему зростає і все більше людей хвилює питання про вплив бізнесу на довкілля.

Що ми робимо у цьому напрямку?

У системі «Кока-Кола» прийнято багатогранну стратегію, у якій проблемі зміни клімату надано пріоритетного значення.

Бізнес-планування: постановка цілей

Щоб досягнути нашої мети — стати «компанією, яку найбільше поважають у світі» — ми повинні займати активну позицію у питаннях зміни клімату. Встановлюючи цілі з енергозбереження, ми вибудовуємо інтегровану стратегію із захисту клімату.

Виробництво: зменшення викидів

Нашою стратегією у системі «Кока-Кола» щодо зменшення викидів є пошук та використання можливостей захисту клімату у трьох основних сферах діяльності: виробництві, транспортуванні та торговому обладнанні.

Прозорість

Ми переконані, що для ефективної роботи із захисту клімату потрібно оприлюднювати показники та результати. Тому ми постійно моніторимо показники та відкриті до розголосу інформації про викиди від стаціонарних джерел.

Відповідність до екологічних стандартів

Вже багато років у нашій компанії осінь — пора аудитів. У жовтні 2011 ми вкотре пройшли аудит на відповідність до міжнародного екологічного стандарту ISO 14001: 2004 року та підтвердили дію отриманого сертифікату.

На початку листопада ми пройшли ще один аудит компанії УкрСЕПРО ДП «Укрметртестстадарт», чим підтвердили успішність багаторічної роботи із впровадження та вдосконалення системи екологічного менеджменту відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO14001:2006 та корпоративних стандартів компанії Кока-Кола.

Цього року від аудиторів ми отримали лише позитивні відгуки щодо заводської Системи Екологічного Менеджменту (СЕМ).

Наш завод було оцінено як такий, що повністю відповідає міжнародним та українським стандартам з екології.

grated approach to sustainability in which climate protection is a key component of our business strategy.

What are we doing about it?

The Coca-Cola System has adopted a multifaceted strategy with a focus on climate change prevention.

Business Planning: Setting Goals.

To achieve our goal of being “the most respected company in the world,” we must take a more proactive stance regarding global warming. By setting energy goals, we are building a strategy for climate protection into our business.

Our Operations: Reducing Emissions

Our strategy to reduce emissions within our operations and across our system focuses on eight areas that encompass conservation opportunities in our three principal activities: manufacturing, fleet/transport and sales equipment.

Being Transparent

To effectively protect our climate, we believe it is important to share our findings and developments with the public. That is why we are constantly monitoring indicators and are open to disclose information about our emissions from stationary sources.

Compliance with Environmental Standards

Autumn is a season of audits for our company for many years already. In October 2011 we once again passed the audit for compliance with international environmental standard ISO 14001:2004 and reaffirmed the validity of our compliance certificate.

In November we passed another audit of the UkrSEPRO Company, which confirmed the successful work during seven years on implementation and improvement of the environmental management system in accordance with international standard ISO14001: 2006 and Coca-Cola corporate standard.

This year we received only positive feedback from the auditors concerning our operating System for Environmental Management (SEM).



Моніторинг екологічних показників

В процесі роботи «Кока-Кола» в Україні постійно ідентифікує впливи, які може спричиняти її діяльність на довкілля. Всіх їх умовно можна поділити на такі групи:

- викиди в атмосферу;
- скиди у водні об'єкти;
- використання сировини та матеріалів;
- споживання енергії;
- утворення відходів та їх вплив на довкілля.

Група фахівців компанії з визначеною періодичністю здійснює моніторинг та аналізує наступні екологічні показники:

- використання оборотної та необоротної упаковки г/літр напою;
- використання електроенергії МДж/літр виробленого напою;
- використання енергії, МДж/літр напою;
- використання води, л/літр напою;
- загальна кількість утворених твердих відходів, г/літр напою;
- кількість утилізованих твердих відходів, г/літр напою;
- кількість перероблених відходів, відсоток відходів, переданих на переробку або повторне використання;
- кількість органічних речовин в стічних водах BOD, мг/літр напою;
- використання дизельного пального на 1000 літрів перевезеного напою.

Завдяки такому підходу можна чітко визначити, у якому стані Компанія відносно впливу на довкілля, а також постійно вдосконалювати свою діяльність задля охорони навколишнього природного середовища.

Використання води

На нашому підприємстві основним інгредієнтом продукту та обов'язковою складовою більшості виробничих процесів є саме вода. Ми чітко усвідомлюємо її роль у життєдіяльності суспільства, тому у Компанії підтримуються проекти з раціонального водоспоживання. Це, насамперед, проект повторного використання води. Основна його мета - запобігання виснаженню водних ресурсів. В основу покладено використання води після очищення для технічних потреб виробництва, а саме мийки автотранспортних засобів, поливу зелених насаджень на території заводу та ін.

Від 2011 року на нашому підприємстві започатковано новий проект з економії водовикористання - ECA-CIP, який дозволяє проводити мийку технічного обладнання на виробництві не використовуючи хімічні реагенти та воду для їх розведення. Враховуючи потужності нашого виробництва, в результаті повного впровадження проекту очікується економія водовикористання майже на 20 тис. м³, що у відсотковому значенні складатиме 1,8 %.

Our plant has been rated as one that fully complies with international and Ukrainian environmental standards.

Monitoring Environmental Indicators



Coca-Cola Ukraine continually monitors and measures the environmental impacts of its activities, including:

- discharges into the air
- discharges into water bodies
- use of raw materials and other materials
- energy consumption
- formation of waste products and their impact on the environment.

A Company expert group regularly monitors and assesses the following environmental indicators:

- Use of returnable and non-returnable packaging, g/litre of beverage;
- Electric power use, MJ/litre of produced beverage;
- Energy use, MJ/litre of beverage;
- Water use, l/litre of beverage;
- Total quantity of produced solid waste, g/litre of beverage;
- Recycled solid waste, g/litre of beverage;
- Waste recycling, percent of waste sent to recycling, recovery or reuse;
- Quantity of organic substances in waste waters BOD, mg/litre of beverage;
- Diesel fuel consumption for 1000 litres of transported beverage, l/l.
- Using these indicators, the Company can accurately measure its impact on the environment and continually improve its environmental performance.

Коефіцієнт використання води в Компанії складає у середньому близько 2,3 літра води на літр виготовленого напою.

Використання водних ресурсів завжди відбувається відповідно до чітко встановлених законодавчих рамок та регулярних перевірок уповноважених органів. Компанія має всі необхідні ліцензії і дозволи, відповідально вживає необхідних заходів та сплачує вчасно і у повному обсязі податки та збори за спожиту воду.

Стічні води

Стічні води з наших очисних споруд очищаються до рівня, який відповідає вимогам місцевого законодавства та стандартів Компанії Кока-Кола.



Передова технологія інтенсивної біологічної аеробної системи очистки стічних вод сконструйована таким чином, що виключає можливість зливати неочищені води до зрушувальних каналів. І поселення на берегах одного з каналів сімейства бобрів повністю це підтверджує.

На території очисних споруд нашої Компанії є декоративний ставок, що наповнений виключно очищеними стічними водами. Якість води в ставку вже багато років демонструє життєдіяльність червоних карпів у ньому.

Використання енергії

Одним з головних пріоритетів Компанії в галузі зменшення впливу на довкілля є збереження енергії та мінімізація її виділення.

За роки своєї діяльності в Україні успішно здійснено наступні заходи з енергозбереження:

- встановлено енергозберігаюче обладнання, що задіяно в технологічних процесах;
- встановлено сучасне обладнання для абсорбції продуктів згорання природного газу, які в подальшому стають сировиною для виробництва вуглекислоти;
- оптимізовано маршрути руху доставки продукції;
- введено електронний моніторинг показників системою автоматичного контролю електроенергії.

Water Usage

Water is the main ingredient in beverage products, and an indispensable constituent of the production process. We have full understanding of its role in life of people that is why the Company supports projects of rational use of water. It is first of all water re-use, aimed at prevention of water exhaustion. It is focused on water use after its treating for the technical needs of production, namely for vehicles washing, watering green plantations on the plant territory etc.

Since 2011 a new project on rational water usage ECA-CIP is being implemented. The project helps to accomplish the washing of technical equipment at plant, using no chemical reagents and water for their dilution. Taking into account our production capacity, the project implementation will result in water usage economy of 20 000 m³, which is equal to 1,8 %.

The average Company water use ratio is approximately 2.3 litres per litre of beverage produced.

The Company's usage of water resources strictly corresponds to legislative requirements and regular verifications by authorized bodies. The Company has all necessary licenses and permissions, takes all required measures and duly pays all taxes and fees for the water used.

Wastewater

In our wastewater treatment facilities, wastewater is treated up to a level that conforms to the requirements of the local legislation and to the standards of The Coca-Cola Company.

The intensive biological aerobic wastewater treatment technology used employs a procedure of daily cross-control that eliminates the possibility of discharging unrefined water into the local irrigation system. The settlement of a beaver family on the shore of one nearby irrigation canal demonstrates the reliability of this system.

There is a decorative lake on the territory of treatment facilities, filled with solely treated wastewater from the plant. Red carps in the lake are a living proof of the quality of water in it.

Energy Usage

One of the Company's top environmental priorities is to minimize the use of energy and release of emissions. Within the years of operating in Ukraine the following energy conservation measures were taken:

- installation of energy-saving equipment for technological processes;
- installation of modern equipment for absorption of natural gas combustion materials that become the raw material for carbonic acid production;
- production delivery vehicle movements optimization;
- implementation of electronic monitoring of key indicators by an electronic system for commercial accounting of power consumption.

Енергозберігаючі світлодіодні лампи

На початку 2011 року на нашому заводі запустили новий енергозберігаючий проект. В його основу покладено повну заміну елементів освітлення на нові енергозберігаючі світлодіодні лампи (LED lighting). Мета - скорочення використання електроенергії та зменшення викидів CO₂ в атмосферу.

За рік впровадження проекту ми отримали вражаючі результати! Це заощадження більш ніж 120 тис кВт електроенергії в рік.

І це при умові, що заміну освітлення проведено лише в деяких приміщеннях заводу - галерії виробництва, хімічній кімнаті, сироповарці та водопідготовці.

Протягом наступних років заплановано перевести на світлодіодне освітлення всі приміщення заводу. За підрахунками новий екологічний проект дозволить скоротити використання електроенергії для освітлення приміщень на 3 млн кВт в рік і зменшити викиди CO₂ в атмосферу як мінімум на 1,25 тон в рік.

Когенераційний завод

Екологічна ініціатива нашої Компанії на світовому рівні покликана на боротьбу з глобальною зміною клімату та зменшенням викидів CO₂ в атмосферу. В рамках реалізації довготривалої глобальної програми по захисту довкілля та переходу на використання інноваційних ресурсозберігаючих технологій на території підприємства побудовано когенераційний завод з виробництва електроенергії, вуглекислого газу та пару. Це теплоелектростанція нового типу, будівництво якої було завершено 2011 року. Запланована її потужність дозволить значно скоротити рівень викидів CO₂ в атмосферу.

Енергозберігаюче холодильне обладнання

2011 року було закуплено холодильне обладнання з еко-боксами (еко-бокс – пристрій, який забезпечую економію електроенергії) та холодильне обладнання, яке працює на основі холодоагенту R290 та запобігає руйнуванню озонового шару землі.

Зелене та безпечне водіння

Керуючись світовими тенденціями щодо зменшення викидів парникових газів на території Кока-Кола Беведріджиз Україна у 2009 році було запроваджено проект по Екодрайвінгу. Основна мета проекту – скорочення викидів від автотранспорту, мінімізація використання палива для автотранспорту, а також зниження рівня дорожньо-транспортних пригод та травматизму.

На даний момент ми з впевненістю можемо стверджувати, що проект приносить значні позитивні результати, адже за результатами двох років вдалося зменшити кількість ДТП на 30%, скоротити кількість використання пального майже на 5%, тим самим зменшивши викиди CO₂ в атмосферу.

LED Lighting

At the beginning of 2011 a new energy saving project was launched at our plant. It is based on the substitution of lighting units by new LED lightning. It is aimed at energy use reduction and CO₂ emissions decrease.

Excellent results were seen within only one year of project's implementation! It allowed to save more than 120 000 kW of energy per year.

And this is under condition that new lightning was installed only in separate areas of the plant – production gallery, chemical room, syrup pan and water preparation.

It is planned to install LED lightning at the whole plant in next few years. According to the estimates, a new project will result in reduction of energy use for lightning by 3 mln kW and decrease CO₂ emissions by 1,25 tonne per year minimum.

The Combined Heat and Power Plant.

Environmental initiative of our Company at world level is aimed at fighting global climate change and reduction of CO₂ emissions. Within the long-term program on environment protection and transition to energy saving technologies, the combined heat and power plant, producing energy, CO₂ and steam was built on the territory of our plant. It is a thermal power station of the latest pattern, construction of which was finished in 2011. Its estimated capacity will help to reduce CO₂ emissions into atmosphere.



Energy Efficient Refrigeration Systems

In 2011 the Company acquired new refrigeration systems equipped with eco-boxes (eco-box – energy saving device) and refrigeration equipment that operates on refrigerant R290 and prevents ozone layer destruction.

Safe and Eco Driving

Guided by world tendencies on the reduction of greenhouse gas emissions, the Eco Driving project was launched on the territory of our plant. The main objective of the project is to reduce

Відеоконференції

Від 2009 року Компанія Кока-Кола в Україні використовує практику відеоконференцій. Це дозволяє співробітникам Компанії в різних країнах спілкуватись за допомогою відеозв'язку, що сприяє зменшенню викидів вуглецю під час перельоту. Так, найчастіше нашим співробітникам доводиться літати між Києвом та Москвою. Використовуючи відеозв'язок замість перельоту, одна людина запобігає викиду 224 кг CO₂ за одне відрядження.

Отже, ми з впевненістю можемо стверджувати, що Кока-Кола в Україні крокує в ногу із сучасними технологіями розвитку та сумлінно працює над скороченням шкідливих викидів в атмосферу!

Сировина та матеріали

Оптимізуючи використання сировини та матеріалів, Компанія досягає економії ресурсів та мінімізації кількості відходів своєї діяльності.

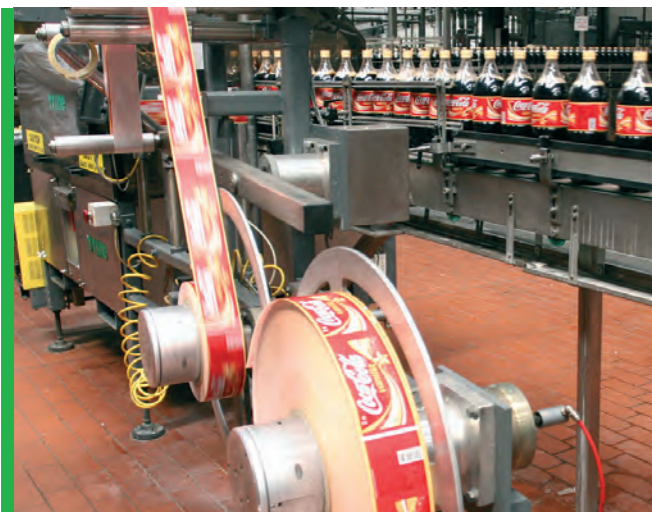
Зокрема, за минулі роки Компанія вжила таких заходів:

- мінімізувала параметри плівки (за товщиною і шириною), яка використовується для пакування кінцевого продукту;
- постійно досліджує та впроваджує технології з мінімізації ваги ПЕТ пляшки, а саме зменшення ваги преформи;
- ретельно підбирає постачальників при закупівлі сировини та матеріалів, тощо.

Упаковка

Кока-Кола в Україні прагне зменшити вплив упаковок на довкілля.

Вже багато років в Компанії існує проект із зменшення ваги пластикової пляшки, в результаті якого, вага дволітрової пляшки змінилася з 56 до 46,8 грамів, літрової з 39 до 33,7 грамів і півлітрової з 28 до 20,7 грамів відповідно.



emissions, fuel consumption by the Company fleet and decrease the number of traffic accidents.

Now we can confidently say that our project brings positive results. In the last two years we managed to reduce traffic accidents by about 30%, fuel consumption by 5% which resulted in the reduction of CO₂ emissions into atmosphere.

Videoconferences

Since 2009 Coca-Cola in Ukraine practices videoconferencing for its daily business needs. Now our employees in various countries across the world are offered the opportunity of video communication that leads to decreasing of carbon emissions during flights. The most frequent route for our employees business travel is from Kyiv to Moscow and back. Using videoconference instead of flying, one person prevents 224 kg of CO₂ emissions per one round trip.

We can mention with confidence that Coca-Cola in Ukraine keeps abreast with up-to-date development technologies and works conscientiously to reduce harmful emissions into atmosphere.

Raw and Other Materials

Optimizing the use of raw and other materials the Company saves resources and minimizes waste.

In particular, the Company has undertaken the following measures:

- minimizing the parameters (thickness and width) of the film used for end product packaging;
- continual research and implementation of technologies for PET bottle weight minimization;
- thorough selection of suppliers of raw and other materials.

Packaging

The Company continually strives to reduce the influence of packaging on environment.

For many years the Company has been working on reduction of plastic bottle weight. This resulted in change of 2-litre plastic bottle weight. Originally it weighed 56 grams, now 2-litre plastic bottle weighs as little as 46,8 grams. 1-litre plastic bottle weight was reduced from 39 grams to 33,7 and half-litre plastic bottle – from 28 to 20,7 grams respectively.

At the end of 2011 the Company presented a new design of bottle caps, as well as lightweight plastic bottles, which became more eco-friendly. A new design of bottle cap made it lighter by 1,3 gram, and the cap weight was reduced by 20%.

We are sure that our consumers like our new ecological design of bottles, which demonstrates our careful treatment of environment, as it is the rational investments into our future.

PET package is the best material for recycling, as it is the most ductile polymer. 14 500 tons of PET waste were collected in 2010 and 13 000 tons in 2011. It was all passed to the specialized enterprises for recycling and re-use.

Наприкінці 2011 року Компанія презентувала новий дизайн кришки для всіх своїх напоїв, а також нові полегшені пластикові пляшки, які стали ще більш екологічними. Новий дизайн горловини пляшки зробив її легшою на 1,3 грами, а вага кришки зменшилась на 20%. Впевнені, що новий екологічний дизайн пляшок подобається нашим споживачам і засвідчує наше дбайливе ставлення до довкілля, адже це розумні інвестиції у наше майбутнє.

Найбільш прийнятним матеріалом для повторної переробки є ПЕТ-тара — найгнучкіший технічний полімер. 2010 року у нас на підприємстві утворилось майже 14 500 тонн відходів ПЕТ-пляшки, 2011 — близько 13 000 тонн. Ці відходи було передано спеціалізованим підприємствам для переробки та повторного використання.

З наших відходів було виготовлено килими, офісні меблі, аудіо-відео плівки, плівки для упаковки грануляту, відра, мішки для сміття, будівельні труби та інші корисні речі.

Тверді відходи

Ми працюємо над тим, аби зменшити вплив на навколишнє середовище через зменшення кількості відходів, їх переробку та повторне використання. Наочним прикладом Кока-Кола та її партнерів є тверді відходи з упаковки. Упаковка використовується під час розливу і зберігання продукції та відіграє важливу маркетингову роль. Ми повторно використовуємо тверді відходи у виробничому процесі. Для зменшення кількості твердих відходів в процесі виробництва та мінімізації їх впливу на довкілля вживається таких заходів:

- роздільний збір відходів та їх повторне використання — з 85,98% у 2010 році відбулося збільшення утилізованих відходів до 86,28% у 2011 році;
- мінімізація використання сировини, яка використовується для пакування продукції, що, в свою чергу, призводить до зменшення відходів упаковки у кінцевого споживача.

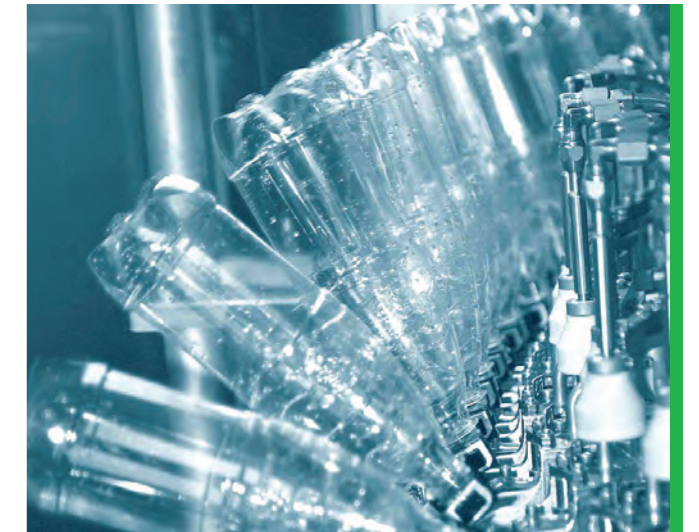
Суспільні проекти

Компанія використовує свої знання та досвід і на місцевому, і на глобальному рівнях, щоб допомогти стимулювати громадську обізнаність та впроваджувати все більше проектів з охорони навколишнього природного середовища. Компанія здійснює це шляхом встановлення партнерства з неурядовими організаціями та місцевими об'єднаннями.

Зокрема, це:

- участь в розробці національного законодавства в галузі інтегрованого менеджменту твердих відходів, особливо в частині проблеми утилізації відходів упаковки;
- участь в круглих столах і суспільних слуханнях з питань охорони довкілля;
- участь в міжнародних виставках-конгресах.

From recycled materials carpets, office furniture, audio and video tapes, package film, buckets, waste sacks, pipes, and other useful articles are produced.



Solid Waste

We strive to minimize the amount of solid waste produced by our business — the most prominent example of which is packaging waste. Packaging is used for bottling and storage processes and plays an important role in marketing. In order to decrease the amount of solid waste generated during production of our beverages and to minimize its impact on the environment, the following measures were taken:

- waste separation and recycling: the amount of recycled waste increased from 85,98% in 2010 to 86,28% in 2011;
- minimization of raw materials for packaging, which in turn decreases package waste generated by consumers.

Social Projects

Coca-Cola Ukraine's initiatives in the area of water resources conservation set a positive example for the food and beverage industry in the country. Moreover, the Company has implemented a number of projects designed to raise public awareness and encourage environmental conservation using knowledge and experience gained at both local and global levels. These projects are implemented on a regular basis and in partnership with non-governmental organizations and local communities.

For example:

- participation in the development of national legislation on integrated solid waste management, especially in regard to packaging waste utilization;
- participation in roundtables and public hearings on environmental protection issues;
- participation in international exhibitions and congresses.



Ринок

- Принципи діяльності / 47
- Послуги найвищої якості / 47
- Нагороди брендів / 49
- Наші напої / 50
- Якість / 51
- Події від брендів / 52
- Ми за здоровий спосіб життя / 58

Marketplace

- Operating Principles / 47
- Delivering Superior Customer Service / 47
- Brand Awards / 49
- Our Beverages / 50
- Quality / 51
- Brand Events / 52
- We are for Health and Well-Being / 58



«З моменту появи компанії МакДональдз в Україні „Кока-Кола” є її надійним партнером, який дотримується принципів соціальної відповідальності, що є обов’язковим для компаній-партнерів МакДональдз. Продукція компанії „Кока-Кола” відповідає нашим суворим вимогам щодо безпеки продукції. Компанія „Кока-Кола” увійшла до рейтингу МакДональдз «Найбільш соціально відповідальні постачальники», який відзначив компанію, що дбає про планету, співпрацює з суспільством та пропонують продукти високої якості. У планах на майбутнє – плідне партнерство під час проведення Чемпіонату Європи з футболу УЄФА Євро 2012, оскільки МакДональдз та Кока-Кола є офіційними спонсорами чемпіонату.»

*Sergii Bratusov,
Директор з маркетингу
МакДональдз в Україні*

“Since the foundation of McDonald’s Company in Ukraine, the Coca-Cola Company has been its reliable partner, adhering to social responsibility principles, which is indispensable for all McDonald’s partners. The products of the Coca-Cola Company meet our strict requirements for product safety. The Coca-Cola Company was included into McDonald’s rating “The Most Socially Responsible Suppliers”, which marked the companies caring about the planet, collaborating with community and providing high quality products. The plans for the future include fruitful partnership during UEFA EURO 2012 Football Championship since McDonald’s and the Coca-Cola Company are official sponsors of the Championship”

*Sergii Bratusov,
Marketing Director,
McDonald’s Ukraine Ltd.*



«Безпечність та якість продуктів харчування і напоїв разом із належною інформованістю суспільства є запорукою свідомого здорового вибору споживачем тієї продукції, яка відповідає здоровому способу життя конкретної людини та членів її родини.

Приємно відзначити, що в Україні працюють такі відповідальні виробники, як Кока-Кола Беверіджиз Україна, для яких гарантія якості та безпеки продукції є найважливішим аспектом бізнесу, а бездоганна репутація є запорукою успіху. Ми знаємо, що компанія, як на глобальному, так і на місцевому рівнях співпрацює з науковими інститутами, які постійно перевіряють відповідність продукції найвищим вимогам як міжнародних, так і українських стандартів.

Не менш важливими є власні ініціативи компанії щодо проведення заходів для поширення об’єктивної інформації з питань харчування, а також активна участь у подіях, ініційованих науково-дослідними установами України.”

*Oleg Shvets,
Головний позаштатний дієтолог МОЗ України*

“Safety and quality of food and beverages along with proper awareness are guarantees of consumer’s conscious choice of products complying with healthy lifestyle of the person and his family.

It is pleasant to note that responsible manufacturers such as Coca-Cola Beverages Ukraine operate in Ukraine, for which quality and safety guarantee is one of the most important business aspects and immaculate reputation is the key to success. We know that the Company co-operates with research institutes at national as well as at local level, which constantly check the compliance of products with the highest international and Ukrainian standards.

And what is equally important is Company’s own initiative to take measures to spread objective information on nourishment and to participate zealously in events, initiated by Ukrainian research establishments”.

*Oleg Shvets,
Senior Visiting Specialist
on nutrition of the Ministry of Health of Ukraine*

Принципи діяльності

Понад століття ми маємо честь бути частиною щоденного життя споживачів нашої продукції: від звичайної потреби втамувати спрагу до сімейних свят та великих громадських подій.

1. Взвзявши собі за мету задовольнити споживачів, Кока-Кола дотримується таких ключових принципів:
2. Завойовує довіру, пропонуючи споживачам якісну та безпечну продукцію, яка відповідає їхнім потребам у напоях та вписується в їхній стиль життя;
3. Підтримує наших бізнес партнерів в країні та поза її межами, налагоджуючи з ними сталі, надійні, міцні та взаємовигідні стосунки;
4. Веде бізнес чесно та відкрито, дотримуючись найвищих етичних вимог.

«Кока-Кола» поважає роль батьків у вихованні дітей, надто коли йдеться про вибір харчових продуктів.

Прикладом такого відповідального підходу може слугувати наша політика щодо вікового обмеження в сфері маркетингу, згідно якої ми не рекламуємо нашу продукцію дітям до 12 років. Ця політика діє в компанії вже більше півстоліття, однак ми продовжуємо змінюватись назустріч потребам споживачів та ринку.

Окрім того, *Принципи роботи з постачальниками* закладені в основі взаємин компанії з усіма партнерами. Ми віримо, що відповідальний підхід у роботі та загальноприйняті цінності є запорукою довготривалого і успішного бізнесу. Кожен договір, який укладає компанія «Кока-Кола», містить додаток, за яким кожен партнер зобов’язується дотримуватись мінімальних вимог у галузі прав людини, екології та безпеки на робочому місці. *Ми залучаємо треті сторони для об’єктивної оцінки дотримання цих зобов’язань підписантами*, яка відбувається шляхом анонімних опитувань. У разі, якщо партнер не дотримується взятих зобов’язань і не бажає виправити ситуацію, компанія залишає за собою право розірвати договір.

Послуги найвищої якості

В системі компаній «Кока-Кола» ми невинно слідкуємо за зміною уподобань наших споживачів і працюємо над тим, щоб задовольняти їхні потреби. Ми ініціюємо цілу низку спеціальних програм для клієнтів. Це сприяє перехресному підходу у плануванні з метою орієнтованої на клієнта організації нашого бізнесу.

Наш підхід до надання послуг клієнтам коротко може бути виражений чотирма поняттями: *Наявність, Прийнятність, Перевага на ринку та Просування товару на ринок.*

Наявність

Розвиваючи стосунки з клієнтами, ми фокусуємось на тому, щоб наша продукція завжди була в наявності, розташована у видимій зоні для споживача, який міг би придбати її у будь-якому місці і в будь-який час.

Operating Principles

We are honored that for over a century, we are a part of consumers’ everyday lives; from their simplest routines to their social celebrations.

1. Coca-Cola Ukraine provides consumers with the highest quality products and services while creating rewarding business opportunities for retailers, suppliers, distributors, and local communities. Dedicated to consumer satisfaction, we strictly observe the following key principles:
2. We earn the trust of our consumers by providing safe, high quality products and services that satisfy their beverage needs and suit their lifestyles;
3. We support our business partners, both local and global, building sustainable, reliable, consistent and mutually beneficial relationships;
4. We conduct business in an honest and open manner, adhering to the highest ethical principles.

Coca-Cola respects the role of parents in children upbringing, especially when food choice is concerned.

Our “Responsible Marketing Practices - Advertising and Marketing to Children” (under the age of 12) Policy can be an example of the above statements. While it has been in effect for our sparkling, full calorie soft drinks for more than half a century, our efforts continue to change meeting consumers’ and the marketplace needs.

Besides, *the Supplier Guiding Principles* are a vital pillar of The Coca-Cola Company’s relationships with its vendors. These programs are driven by the belief that good corporate citizenship is essential for our long-term business success. All agreements between The Coca-Cola Company and its direct and authorized suppliers, incorporates an Attachment, according to which every signatory pledges to abide the minimum requirements for human rights, environment and occupational health and safety. *The Company routinely utilizes independent third parties to assess suppliers’ compliance with the Principles.* The assessments generally include confidential interviews with employees and on-site contract workers. The Company reserves the right to terminate an agreement with any supplier that cannot demonstrate that they are upholding the Principles.

Delivering Superior Customer Service

In Coca-Cola Hellenic we work hard to adapt our business to the changing needs of our customers. We initiate a number of customer-specific programmes. This aims to facilitate a cross-functional approach to planning for the purpose of better aligning our organization with the way our customers do business.

In serving consumers our blueprint can be summarised in four words: *availability, affordability, acceptability and activation.*

Availability

We focus on developing strong relationships with our customers to ensure that the right products are in stock, highly visible and readily accessible wherever and whenever consumers may desire a non-alcoholic beverage.

Доступність

Ми пропонуємо широкий асортимент напоїв, у різних упаковках і для різних нагод. Ми прагнемо задовольнити якомога більшу кількість споживачів, беручи до уваги різну купівельну спроможність.

Прийнятність

Ми постачаємо напої, які відповідають найвищим стандартам якості. Ми розуміємо потреби споживачів, маючи найефективніші канали комунікації. Завдяки нашому досвіду у контролі за якістю, обслуговуванні клієнтів та ефективній дистрибуції, ми можемо забезпечити потреби споживачів і клієнтів.

Активність

Ми мотивуємо споживачів обирати нашу продукцію і досягаємо цього, зокрема, через тісну співпрацю з клієнтами:

- розміщуючи охолоджувальне обладнання для напоїв;
- надаючи інформаційні матеріали в місця продажу;
- впроваджуючи унікальні маркетингові ініціативи.

«Кока-Кола Беверіджиз Україна», компанія з багаторічним досвідом лідерства на ринку безалкогольних напоїв, приділяє особливу увагу побудові ефективних відносин з клієнтами. Саме тому наша компанія постійно відслідковує рівень задоволення клієнтів від нашої роботи та застосовує дієві засоби для його підвищення.

Ми є лідерами у більшості категорій, серед яких найважливішими є:

- найкомпетентніша та оперативна торгова команда;
- найкращий рівень забезпечення ефективним торговим обладнанням;
- забезпечення найоптимальнішим асортиментом продуктів та упаковок;
- найефективніша маркетингова підтримка.

Працювати з компанією «Кока-Кола Беверіджиз Україна» комфортно, тому що ми пропонуємо широкий асортимент продуктів, який задовольняє найвибагливішого споживача: солодкі газовані напої, питна вода, соки, холодні чаї та енергетичні напої.

І ми надаємо підтримку нашим продуктам та брендам інноваційними національними рекламними кампаніями та промо-акціями з цікавими подарунками, а також допомагаємо у розвитку бізнесу нашим клієнтам, установлюючи сучасне холодильне та маркетингове обладнання. Безперечно, уся наша продукція проходить сертифікацію, тому нашим клієнтам не доводиться хвилюватися про якість товару, який ми постачаємо.

Важливим для наших клієнтів є вчасне отримання продукції. Для цього працює служба логістики та оперативна доставка. Прийом замовлень здійснюється будь-яким зручним способом, і ми прагнемо до спрощення процесу документообігу та розрахунків.

**Affordability**

We offer a wide variety of products, in packages appropriate for the occasion, at the right price. We aim to reach as many consumers as possible while taking into account the differing levels of purchasing power.

Acceptability

We supply an extensive range of products that meet the highest quality standards.

We have a detailed understanding of consumer needs and access to the most effective communications channels. Combined with our experience in quality control, customer service and efficient distribution, we are able to meet our customers' and consumers' demands.

Activation

We motivate consumers to choose our products. We achieve this in close cooperation with our customers through:

- placement of cold drink equipment
- provision of signage and other point-of-sale materials
- implementation of unique marketing and promotional initiatives.

Coca-Cola Beverages Ukraine has extensive experience in leadership on the beverage market and strives to establish effective relations with its clients. That is why our company constantly follows up the level of satisfaction with our work among our clients, and undertakes every effort to raise this level.

We are ranked as the leader in key categories, most important of which are:

- The most competent and fast-reacting sales force;
- The best supply with efficient trade equipment;
- The most appropriate assortment of products and packages supply;
- The most effective marketing support.

Coca-Cola Beverages Ukraine offers its customers superior value through both its products and its services.

First, we offer a wide choice of beverages to satisfy the continually evolving needs and tastes of Ukrainian consumers, including carbonated soft drinks, drinking water, juices, ice teas and energy drinks.

Нагороди брендів**Ярило**

У 2010 році квас «Ярило» отримав почесний диплом за високу якість як учасник 5-го Всеукраїнського Фестивалю Квасу, який проходить у Києві щороку та збирає виробників квасу з усієї України.

Rich

У 2011 році соки Rich брали участь у конкурсі «100 кращих товарів України» - це всеукраїнський конкурс, який щорічно проводиться під патронатом Президента України, спрямований на поліпшення якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, сприяння впровадженню на підприємствах України сучасних методів управління якістю та задоволенню потреб і очікувань споживачів. Конкурс склався з двох етапів змагань, регіонального і загальнодержавного, в останньому етапі брало участь 254 підприємства. Перше місце на такому конкурсі – одна з найпрестижніших національних нагород на теренах України, якою відзначили соки Rich.

Coca-Cola

У листопаді 2011 року на церемонії нагородження X-Ray Marketing Awards (запроваджена журналом Media Marketing Review) Coca-Cola отримала нагороду в номінації «Глас народу: улюблені бренди українців on-line». Це означає, що користувачі Інтернет, яким задали питання: «без якого бренду ви не уявляєте своє життя», впевнено відповіли: «Неможливо без Coca-Cola!»

**Burn**

У грудні того ж року у Києві пройшла чергова церемонія нагородження «Effie Awards Ukraine 2011». Effie Awards було засновано 1968 року Американською Асоціацією Маркетингу для відзначення найкращих маркетингових проєктів. У категорії безалкогольних напоїв ТМ BURN отримала бронзову нагороду за проєкт «My univer BURNsss».

Пропонуючи широкий асортимент напоїв, ми прагнемо спонукати людей до активного здорового способу життя і проводимо інформаційно-освітні кампанії.

And we support these products and brands with innovative advertising and promotional campaigns with exciting prizes. We also help our customers to develop their business by providing them with modern cooling and marketing equipment. Naturally, all of our products are certified so that our clients can be completely assured of their quality.

It is also very important for our customers to receive ordered products on time. For this purpose, we are continually refining our logistics and delivery operations, orders are taken in the way that is most convenient for each customer, and we strive to simplify documentation and payments processes.

Brand Awards**Yarylo**

In 2010 «Yarylo» kvass received diploma as recognition of high quality at the «V All-Ukrainian Kvas Festival» held annually in Kyiv where the brands of leading kvass manufacturers from all over Ukraine participate.

Rich

In 2011 Rich juice participated in the «100 best goods of Ukraine» contest, which is held under the patronage of the President of Ukraine and aimed at boosting quality and competitiveness of domestic products, promoting the implementation of modern methods of quality management at Ukrainian enterprises, meeting the needs and expectations of customers. The Contest consisted of 2 stages, regional and national ones, 254 enterprises participated. The first prize at such competition is one of the most prestigious national rewards in Ukraine.

Coca-Cola

In November 2011 Coca-Cola was awarded at X-Ray Marketing Awards ceremony founded by Media Marketing Review. It was recognized as №1 brand in the nomination «Public Opinion: Favorite Ukrainian Brands On-line». It means that Internet users when asked: «What brand can you not imagine your life without?» answered: «Impossible without Coca-Cola!»

Burn

In December 2011 regular «Effie Awards Ukraine 2011» ceremony took place in Kyiv. The American Marketing Association founded the Effie Awards in the United States of America in 1968. This award is given to companies/organizations that have established noteworthy marketing projects. BURN™ got a bronze award in non-alcoholic category for its project «My univer BURNsss».

Our goal is to help people lead active, healthy lives by offering a wide variety of beverages, our focus on information and education, and our support of physical activity.



Наші напої

«Кока-Кола Беверіджиз Україна» продає та здійснює дистрибуцію популярних в усьому світі безалкогольних напоїв Coca-Cola, Fanta, Sprite, Coca-Cola light, Schweppes, а також локальних — соків Rich, botaniQ та Добрий, питну воду BonAqua, солодку газовану воду botaniQ тощо. «Кока-Кола» в Україні пропонує широкий асортимент напоїв, смаки яких постійно поповнюються.

Окремі продукти компанії, як, наприклад, сам бренд «Кока-Кола», мають універсальне значення, а інші створюються залежно від смаків та уподобань споживачів, а також традицій, що історично склались на вітчизняному ринку.

Категорії напоїв

Солодкі газовані напої: Coca-Cola, Coca-Cola light, Fanta Orange, Fanta Lemon, Fanta Grape, Sprite, Schweppes.

Вода: природна питна вода BonAqua (газована, негазована та середньогазована).

Соки та сокові напої: Rich (13 смаків), BotaniQ (5 смаків), Добрий (8 смаків).

Енергетичні напої: Burn, Burn Tropical, Gladiator, Gladiator Ginseng.

Чай: холодний чай Nestea (5 смаків) та Nestea Vitao (3 смаки).

Квас: Ярило «Справжній»

Заклади громадського харчування мають можливість ре-

Our Beverages

Coca-Cola Beverages Ukraine produces, sells and distributes some of the most popular beverage brands in the world, including Coca-Cola, Fanta, Sprite, Coca-Cola light, Schweppes, as well as local juice brands Rich, botaniQ and Dobryi, BonAqua water, botaniQ soft drinks, and others. The range of Coca-Cola beverages offered in Ukraine is continually expanding.

While some of our beverages, such as Coca-Cola, Fanta and Sprite, have universal appeal and are recognized the world over, others are created to suit the tastes, traditions and preferences of consumers in the local marketplace.

Drinks Categories

Sparkling beverages: Coca-Cola, Coca-Cola light, Fanta Orange, Fanta Lemon, Fanta Grape, Sprite, Schweppes;

Water: natural water for human consumption BonAqua (carbonated, lightly carbonated, non-carbonated);

Juices and juice drinks: Rich (13 flavors), BotaniQ (5 flavors), and Dobryi (8 flavors).

Energy drinks: Burn, Burn Tropical, Gladiator, Gladiator Ginseng;

Ready-to-drink teas: Nestea (5 flavors) and Nestea Vitao (3 flavors).

Kvas Yarylo: "Spravzhniy".

Quick serve restaurants can offer their customers Coca-Cola

алізувати напої «Кока-Кола» на розлив, оскільки наша компанія надає замовникам у користування відповідні апарати (Postmix).

Якість

На виробництві впроваджені та працюють системи керування якістю та безпекою харчових продуктів, що забезпечують відповідні властивості продукту – це системи, які сертифіковано згідно із міжнародним стандартом ISO-9001, ISO 22000 та PAS 220 та відповідними національними стандартами. Існує вимоглива система відбору та затвердження постачальників сировини, інгредієнтів та пакувальних матеріалів.

На самому виробництві вимірюються якісні показники продукції і упаковки, відслідковується їх відповідність до жорстких вимог всередині компанії та до очікувань споживачів. Статус великої міжнародної компанії накладає обов'язок дотримуватись найвищих стандартів у забезпеченні стабільної якості та безпеки нашої продукції.

Для цього в системі компаній «Кока-Кола» впроваджено спеціальну Систему Управління „Кока-Кола“. Це – інтегрована програма з управління якістю, завдяки якій усі операції в нашій глобальній системі відповідають однаково високим стандартам з виробництва та дистрибуції.

Якість води

Враховуючи побажання українців споживати природну, необроблену воду, компанія «Кока-Кола» повністю змінила технологію виробництва води. На початку 2009 року впроваджена технологія, яка забезпечує глибоку механічну фільтрацію видобутої з сеноманського горизонту води, для доведення всіх необхідних мікробіологічних параметрів до існуючих стандартів без зміни основних фізико-хімічних та органолептичних показників.

Вся вода, яку ми використовуємо в напоях, відповідає, а за деякими показниками і перевищує стандарти, встановлені Всесвітньою Організацією Здоров'я та законодавством України.

Щомісячно проводиться незалежний відбір зразків продукції з магазинів, які перевіряють у спеціалізованій аналітичній лабораторії «Кока-Кола» в Індії та Росії на відповідність до вимог стандартів компанії.

В аналітичній лабораторії «Кока-Кола» в Брюсселі додатково проводяться періодичні дослідження розлитої в пляшки природної питної води «БонАква» на відповідність вимогам компанії, українського та міжнародного законодавства. Також, діє програма щорічної перевірки води в незалежній німецькій лабораторії води «Fresenius».

Перевірка якості та безпеки води, що здійснюється у цих лабораторіях, охоплює:

- 12 фізико-хімічних та органолептичних показників;
- 30 видів катіонів;
- 14 видів аніонів;
- 7 бензольних сполук;

fountain beverages, served from 'post-mix' fountain machines provided by the Company.

Quality

Food products quality and safety management systems are fully implemented at Coca-Cola Beverages Ukraine. These systems are certified with international standards ISO-9001, ISO 22000, and PAS 220, as well as relevant national standards. We have a rigid selection and approval system for raw materials, ingredients and packaging suppliers.

We measure key product and package quality attributes at the production to ensure our products meet Company requirements and consumer expectations. The global nature of our business requires that the Coca-Cola system has the highest standards and processes for ensuring consistent product safety and quality.



To ensure such consistency and reliability, the Coca-Cola Management System (TCCMS) was introduced at the Coca-Cola system. TCCMS is our integrated quality management program, which holds all of our operations systemwide to the same standards for production and distribution of our beverages.

Water Quality

Taking into account the desire of Ukrainians to consume natural water, Coca-Cola in Ukraine has changed the technology of water preparation. At the beginning of 2009 the Company started to produce water supplied directly from a Senoman horizon with minimal mechanical treatment.

For this, a new well was developed using the most advanced technologies, the safest and the highest quality materials.

All water used in our beverages complies, and in some cases is even exceeds than the standards set by the World Health Organization and the Ukrainian legislation.

Independently selected samples are taken from stores on a monthly basis and tested in a specialized Coca-Cola laboratory in India and Russia for compliance with the Company quality standards.

- 52 летючі органічні сполуки;
- 22 фенольних сполук;
- 157 видів пестицидів;
- 8 видів гербіцидів;
- 17 видів поліциклічних ароматичних вуглеводнів;
- 7 типів мікробіологічних показників;
- загальний та вільний хлор.

Постійний внутрішній та незалежний моніторинг показників якості та безпечності є одним з факторів, що гарантує відповідність нашої продукції найвищим стандартам якості.

Події від брендів

Унікальні акції від «Кока-Кола»

2010 рік став багатим для бренду «Кока-Кола» на яскраві проекти.

Початок року відзначився масштабним футбольним заходом, який Coca-Cola подарувала споживачам напередодні Чемпіонату світу з футболу 2010 року. Так, завдяки Coca-Cola українські споживачі змогли побачити Кубок світу FIFA – головний футбольний трофей, за право володіння яким змагаються найкращі команди світу. Право доторкнутися до трофею мають лише футболісти-переможці Світового чемпіонату, а у 2010 році таке ексклюзивне право отримала і Coca-Cola на правах спонсора Чемпіонату і, звичайно ж, розділила його із споживачами. **Тур Кубку FIFA**, приурочений до Чемпіонату світу з футболу-2010 року, стартував 21 вересня 2009 у Швейцарії. Це був найграндіозніший тур за всю історію світового чемпіонату: головний футбольний трофей тричі облетів земну кулю, подолавши 138 902 кілометри та подарувавши справжнє свято вболівальникам із 83 країн. **23 березня 2010 року – Кубок FIFA від Coca-Cola прибув і до України, у місто Донецьк.**



Близько 10 000 споживачів змогли побачити Кубок світу FIFA.

Тур супроводжувався масштабною промо-кампанією. Спеціальні ролики на ТБ, сіті-лайти, біг-борди, реклама на радіо – усе це сповіщало про наближення грандіозної по-

“BonAqua” is examined regularly by an independent Coca-Cola laboratory in Brussels to verify if it complies with the Company’s requirements as well as Ukrainian and International regulations. The program of annual examination is conducted in the independent German water laboratory, “Fresenius”.

The following water quality and safety indicators are examined in these laboratories:

- 12 physical, chemical and organoleptic indicators
- 30 types of cations
- 14 types of anions
- 7 benzene compounds
- 52 volatile organic compounds
- 22 phenol compounds
- 157 types of pesticides
- 8 types of herbicides
- 17 types of polycyclic aromatic hydrocarbons
- 7 types of microbiological indicators
- Total and free chlorine

Regular internal and independent monitoring of quality and safety rate is one of the factors which guarantees the compliance of our products to the highest quality standards.

Brand Events

Unique Promo Campaigns by Coca-Cola

2010 was fruitful for bright projects by the Coca-Cola brand.

The beginning of the year was marked with a great football event, presented by Coca-Cola to consumers before FIFA World Cup 2010. Due to Coca-Cola, Ukrainian consumers were lucky to see FIFA World Cup – the main football trophy, the best teams compete for. The right to touch the trophy have only the winners of FIFA World Championship. And in 2010 Coca-Cola, as an official sponsor of the Cup, got such an exclusive right and, of course, shared it with our consumers. **The FIFA World Cup Trophy Tour by Coca-Cola**, timed to FIFA World Cup 2010 was opened on the 21st of September, 2010 in Switzerland. It was the most grandiose tour in the history of the World Championship: the main football Trophy flew three times around the world, having run 138 902 km bringing real celebration to the fans from 83 countries. On the 23rd of March 2010 FIFA Trophy arrived to Donetsk, Ukraine.

Due to Coca-Cola nearly 10 000 consumers had a chance to witness FIFA World Cup.

The tour was supported by a promo-campaign: special TV commercial, city-lights, banners, radio advertising. A limited lot of Coca-Cola 0,5 L “trophy bottles” and also 0,25 collection bottles with images of 6 countries-winners of FIFA World Cup were produced. In April marketing campaign was launched, during which 110 000 prizes were raffled. Thus, by buying Coca-Cola 0,5 and collecting the caps the participants had a chance to win “football trophies”: a T-shirt, a ball or a bag. The main prize was – 100 000 UAH for a trip to European football capitals. Within first weeks of the promotion 7 834 prizes were raffled.

дії. Лише з цієї нагоди було випущено лімітовану серію «Трофейних пляшок» Coca-Cola 0,5, а також *колекційні банки Coca-Cola 0,25*, на яких було зображено 6 останніх країн-переможниць кубку ФІФА. Починаючи з квітня розпочалась маркетингова кампанія, під час якої розігрувалось 110 000 гарантованих призів. Так, купуючи пляшки Кока-Кола 0,5 та збираючи кришечки, можна було виграти «футбольні трофеї» – футболку, м’яч або сумку. Головний же приз був – 100 000 грн. на подорож європейськими столицями футболу. Вже за перші тижні акції було розіграно 7 834 призів. Ті ж, хто любляють дивитись футбол вдома також могли виграти футбольні призи, придбавши Coca-Cola 1л або 2л. У травні ж до дня Європи центральна вулиця Києва – Хрещатик перетворилась на справжню фан-зону, де кожен бажаючий міг позмагатись у настільному футболі, спробувати забити пенальті та взяти участь у інших футбольних активаціях. Такі ж фан-зони пізніше з’явилися у трьох містах, які незабаром разом з Києвом мали приймати наступне футбольне свято – УЄФА Євро 2012 ТМ (Львів, Харків, Донецьк). *Вже за перші дні фан-зони відвідало 45 000 осіб.*

«Бадьорrrrrrrить!» – з таким слоганом Coca-Cola прийшла до українських споживачів влітку 2010 року. Масштабна рекламна кампанія, проведена у найбільших містах України, та, зокрема, у Криму була покликана підкреслити освіжаючі та прохолоджувальні властивості напою та посили його асоціацію з літом. Кампанія тривала протягом липня-серпня. Телевізійний ролик та величезні біг-борди зображали людей, що втамовують спрагу разом з Coca-Cola, а слоган проголошував: «Бадьорrrrrrrить!»

У період, коли різдвяні свята вже відгриміли, а до літа ще далеко Coca-Cola не забуває про своїх споживачів і прагне дарувати їм приємні моменти радості вдома. **«Візьми додому-створи настрій»** – так називалась промо-кампанія, що тривала з січня по квітень 2010 року та була покликана посилити асоціацію напою із домашнім затишком та підкреслити, що гарний настрій можливо створити кожен день, без особливого приводу – просто взявши додому пляшечку Coca-Cola.

У 2010 році продовжився проект, спрямований на **підвищення обізнаності споживачів** щодо категорії солодких газованих напоїв (Marketing The Category - MTC). Проект реалізовувався на декількох платформах: ТБ, Інтернет, друковані медіа, а також за допомогою залучення експертів – дієтологів. Так, протягом 2010 року з’явилися програми на національних каналах («Новий Канал», «1+1», «Інтер») за участі експертів, які розповідали про склад, харчові характеристики солодких газованих напоїв та культуру їх вживання. *Загалом 5.76 мільонів споживачів переглянули програми та змогли дізнатись компетентну думку експертів.* Також, у 7 регіонах України було проведено гарячі лінії з експертами. Споживачі могли безкоштовно телефонувати до редакцій газет та ставити запитання експерту. *Завдяки гарячим лініям та публікаціям, що вийшли після них 13 128 мільйонів споживачів стали більш поінформованими щодо солодких газованих напоїв.*

2011 року бренд **Coca-Cola святкував своє 125-ти ліття**. Цей ювілей став чудовою нагодою, аби нагадати споживачам про історію напою та незмінність рецепту ось уже понад століття. Так, навесні на телебаченні з’явилися короткі інформаційні ролики, під час яких відомі українські телеведучі розповідали про натуральність інгредієн-

Those, who like watching football at home also had a chance to win prizes by buying Coca-Cola 1 or 2 L.

In May, before Europe Day, the central street of Kyiv – Khreshchatyk – turned into a real fan-zone, where everyone could play table football, try to score a penalty and participate in other football activations. The same fun-zones were later opened in Lviv, Kharkiv, Donetsk. *Within the first days 45 000 people visited these fan-zones.*

“Cheering up!”(Badiorrrrry!) – with this slogan Coca-Cola met Ukrainian consumers in summer 2010. A huge advertising campaign held in the biggest Ukrainian cities and particularly in Crimea was aimed at emphasizing refreshing properties of the drink and creating an association with summer. The campaign lasted from July until August. TV commercial and huge banners showed people who were stilling thirst with Coca-Cola and the slogan runned: “Cheering up!” (Badiorrrrry!)



Within the period when Christmas holidays already ended and summer is far ahead, Coca-Cola still cares about its consumers and strives for presenting them with moments of happiness at home. **«Create the mood!»** is a promotion which lasted from January till April 2010 and was aimed at strengthening the association of the drink with homeliness and focusing on good mood which can be created daily without any special reason just by taking a bottle of Coca-Cola to your home.

In 2010 Marketing The Category (MTC) project aimed at **raising the consumers’ awareness** about the sparkling soft-drinks category continued. The project was implemented at several platforms: TV, Internet, printed media. It also engaged experts-dieticians. TV programs with experts talking about ingredients, nutritive characteristics of sparkling soft drinks and about the culture of their use appeared on national channels (“Novyi Kanal”, “1+1”, “Inter”). *Overall 5.76 mln consumers watched the programs and could listen to the qualified expert opinion.* In addition, hot lines with the experts in 7 regions were organized. Consumers could call to editorial office of newspapers for free and have consultation with the experts. *Due to the hot lines and further publications 13 128 mln consumers became more aware of sparkling soft drinks.*

In 2011 **Coca-Cola celebrated its 125th Anniversary**. It was a great chance to remind consumers of our brand’s history and its recipe that remains unchanged for over a century. In spring a short informative commercial on TV appeared where famous

тів Coca-Cola. Двоє з них: *Ольга Фреймут та Олександр Педан* також мали унікальну нагоду відвідати грандіозне святкування 125-ти ліття Coca-Cola в Атланті та побувати у відомому музеї напою. Пізніше вони розповіли про свої враження у ранковій передачі «Підйом» на Новому Каналі, привернувши увагу 1 мільйона споживачів.

2011 рік також пройшов для Кока-Кола під знаком футболу, адже в Україну наближалось УЄФА Євро 2012™, і Кока-Кола, як офіційний спонсор розпочала підготовку ще за рік до грандіозної події. «*Готуйся вболівати!*» - так називалась інтегрована маркетингова кампанія, яка розпочалась 8 червня 2011р. – рівно за рік до чемпіонату. Кампанія була покликана перетворити навіть найпасивніших українців на затятих футбольних фанатів. Яскраві біг-борди, промо-ролик на телебаченні, інтерактивні дизайни автобусних зупинок, національна промо акція із 735 000 гарантованими подарунками, колекційні баночки Coca-Cola – усе це допомогло підготувати українців до грандіозного футбольного свята разом з Coca-Cola. Яскраві активації проходили в усіх 4-х Євро-містах: урочисте відкриття годинника зворотнього відліку у Львові, яскравий брендінг оглядового колеса, в центральному парку Донецька, справжнє свято футболу у Харкові з різноманітними футбольними активаціями – усе, аби розпалити футбольну пристрасть уболівальників. 2 грудня в Києві відбулось фінальне жеребкування УЄФА Євро 2012™, на яке було запрошено близько 700 гостей, включаючи президентів УЄФА та ФІФА – Мішеля Платіні та Йозефа Блаттера. Кока-Кола мала ексклюзивне право представити 8 моделей, одягнених у спеціальні брендвані сукні, які пропонували гостям заходу освіжитись прохолодною Кока-Колою. На телебаченні з'явилась серія відеороликів, яка зображала фанатів, які були зацікавлені питанням «Хто їде до нас?!» А під час інтернет-кампанії «Гооол!» у найпопулярніших соціальних мережах ВКонтакте та Фейсбук користувачі створивши найдовший ланцюжок «Гоооол!» могли вигравали Євро-стікери, футболки та смартфони.

BonAqua



У березні 2010 року за підтримки ТМ «BonAqua» до *Дня Води* було ініційовано кампанію, яка була покликана підвищити обізнаність споживача щодо питань споживання води, зокрема, бутильованої. В рамках кампанії у школах Києва відбулось 20 інтерактивних уроків із залученням експертів, які ді-

Ukrainian presenters talked about the naturalness of Coca-Cola ingredients. Two of them: *Olga Freimut and Olexandr Pedan* also gained a unique chance to visit a grandiose celebration of Coca-Cola 125th Anniversary in Atlanta and to visit World of Coca-Cola, a famous museum dedicated to the drink. They later shared their impressions in a morning program “*Pidiom*” on Novyi Kanal, attracting attention of 1mln consumers.



2011 also passed under the sign of football, as UEFA EURO 2012™ was approaching and Coca-Cola as an official sponsor started preparations a year before. “*Get ready to cheer!*” – an integrated marketing program started on the 8th of June – just a year before the championship. The campaign was aimed at transforming even the most passive Ukrainians into enthusiastic football fans. *Bright banners, TV promo-commercial, interactive designs of bus stops, national promotion with 735 000 guaranteed presents, collection of Coca-Cola bottles* – all this helped to prepare Ukrainians for a grandiose football event together with Coca-Cola. Bright activations took place in all 4 EURO-cities: the grand opening of countdown clock in Lviv, colorful branding of a observation wheel in Donetsk central park, a real football holiday in Kharkiv with various football activations – everything to inflame football passion of the fans. On the 2nd of December a final draw of UEFA EURO 2012™ took place in Kyiv. Nearly 700 guests, including UEFA and FIFA presidents – Michel Platini and Joseph Blatter were invited to the event. Coca-Cola gained an exclusive right to present 8 models, dressed in special branded dresses, who served the guests refreshing Coca-Cola treat. A series of TV commercials appeared, with the image of fans asking “Who is going to us?”. Internet-campaign “*Scooore!*” (“*Gooool!*”) was implemented in the most popular social networks VKontakte and Facebook. Users having made the longest chain could win EURO-stickers, T-Shirts and smartphones.

BonAqua

In March 2010 before *World Water Day* a campaign aimed at raising consumers' awareness about water consumption, bottled in particular was launched. It was supported by BonAqua™. 20 interactive lessons with water experts' were held in Kyiv schools within the campaign. Experts shared their knowledge and answered various water related questions. The programs dedicated to “water” theme were broadcasted on “Luxe FM” radio.

Also annual meetings of Aqua Club gather journalists, deeply

interested in raising their awareness about drinking and bottled water. Aqua Clubs enable journalists to present water related information in their articles on the highest professional level. In addition, BonAqua TM and Water Museum (Water Information Centre) held Open Doors Days each time attracting around 2000 people.

In Autumn 2011 “BonAqua” and NESTEA supported the *7th Avon Walk for Breast Cancer*. Each registered participant got a bottle of BonAqua and a chance to take part in yoga master-class from NESTEA Green Tea. Approximately 2000 people participated in the Walk.

In Autumn 2011 “BonAqua” and NESTEA supported the *7th Avon Walk for Breast Cancer*. Each registered participant got a bottle of BonAqua and a chance to take part in yoga master-class from NESTEA Green Tea. Approximately 2 000 people participated in the Walk.

Nestea

Влітку 2010 ТМ Nestea ініціювала маркетингову кампанію під назвою «*7 чудес світу*», учасники якої мали унікальну нагоду виграти подорож на 2-х до одного із 7 чудес світу. Також, в рамках кампанії розігрувалось 50 000 гарантованих призів – брендваних склянок Nestea. Кампанія підтримувалась яскравою зовнішньою рекламою: біг-бордами, постерами, сіті-лайтами та промо-роликом на телебаченні. Кампанія охопила 8 міст України.

А у 2011 році асортимент чаїв Nestea поповнився новим смаком – *манго-ананас*. Новий продукт було підтримано маркетинговою кампанією: роликом на ТБ, яскравою зовнішньою рекламою у 6 містах України із населенням більше 1 млн. та масштабним семплінгом у найбільших торгових центрах України.

Burn

Навесні 2010 року енергетичний напій «Burn» запустив програму «*Drive with Fire*», спрямовану, насамперед, на студентів та офісних працівників, які живуть інтенсивним життям та яким просто необхідний заряд енергії. Програма була підтримана масштабним промо на автомобільних заправках, у інтернеті та пресі. Також, на радіо було оголошено конкурс, головним призом якого були курси екстремального водіння. Крім того, в рамках програми Burn підтримав «*Фестиваль Байкерів*» за участі близько 5000 байкерів.



interested in raising their awareness about drinking and bottled water. Aqua Clubs enable journalists to present water related information in their articles on the highest professional level. In addition, BonAqua TM and Water Museum (Water Information Centre) held Open Doors Days each time attracting around 2000 people.

In Autumn 2011 “BonAqua” and NESTEA supported the *7th Avon Walk for Breast Cancer*. Each registered participant got a bottle of BonAqua and a chance to take part in yoga master-class from NESTEA Green Tea. Approximately 2000 people participated in the Walk.

Nestea

In summer 2010 Nestea initiated the “*7 Wonders of the World*”, marketing campaign Participants had a unique chance to win a trip for two, to one of the world wonders. 50 000 prizes - branded Nestea glasses were raffled out within the campaign. The campaign was supported by bright outdoor advertising: banners, posters, city-lights and TV commercial and embraced 8 Ukrainian cities.



In 2011 Nestea was extended with a new taste “*Mango – Pineapple*”. A new product was supported by a marketing campaign: TV commercial, bright outdoor advertising in 6 largest Ukrainian cities and a large-scale sampling in the biggest Ukrainian shopping centres.

Burn

In spring, 2010 Burn launched the program “*Drive with Fire*” focused first of all on students and office employees, whose intensive life requires energy charging. The program was supported by a large-scale promo at gas stations, in the Internet and press. Additionally, a competition on the radio was held. Winners were awarded with extreme driving lessons. Burn also supported “*Biker Festival*”, with nearly 5000 bikers participating.

2011 was especially rich with events from “Burn”. In May - June a successful campaign “*My Univer BURNssssss*” was launched. Students from 10 universities in 5 largest Ukrainian cities competed for the concert of the “*BoomBox*” band in their alma-mater. Students' task was to create their unique stop-motion movie, post it in the Internet and get as many votes as possi-

2011 рік став особливо багатим на події з «Burn». Так, у травні-липні було проведено яскраву та дуже успішну кампанію під назвою «**My univer BURNssssss**», в рамках якої студенти 10 університетів із 5 найбільших міст України змагались за концерт гурту «Бум-Бокс» в їхній альма-матер. Студенти мали створити свій креативний стоп-моушен ролик, викласти його в інтернеті та зібрати найбільшу кількість голосів. У запеклій боротьбі переможцем став **Національний Технічний Університет України (КПІ)**, однак, різниця в голосах з Львівською Політехнікою була настільки незначною, що «Burn» вирішив подарувати концерт улюбленої групи і львів'янам. Понад 20 000 людей змогли відвідати концерти «Бум Бокс» у Києві та Львові. Про успішність кампанії говорять цифри: 130 000 переглядів відео на youtube та 5 мільйонів переглядів під час он-лайн промо проекту.

Влітку ж «Burn» вперше підтримав Міжнародний чемпіонат з брейк-дансу «**Burn Battle School 2011**», промо-тури якого пройшли у найбільших містах України: Львові, Дніпропетровську та Одесі, а заключний «батл» у Києві зібрав легендарних «бі-бойів» (брейк-дансерів) з усього світу.

Також 2011 року вже сьомий рік поспіль «Burn» підтримав «**Республіку KaZantip – Z19**» (найпопулярніший фестиваль електронної музики). Республіку KaZantip щороку відвідує близько 70 тисяч шанувальників електронної музики, все більше і більше приїздить з європейських країн. На „Z-19” разом з «Burn» відіграв свій сет найвідоміший ді-джей планети: *Sander van Doorn*. Також, у соціальній мережі «ВКонтакте» «Burn» розіграв серед споживачів 10 безкоштовних «віз» до «Республіки KaZantip».

Восени ж 2011 року енергетичний напій «Burn» випустив на ринок новинку *Burn Tropical* – напій з неперевершеним поєднанням смаків апельсину, манго та гуаї, який заряджає енергією для інтенсивного життя. Новий смак справді м'який, адже *на 21% складається із соку натуральних тропічних фруктів*. Енергія ще ніколи не була такою смачною!

Гладіатор

2010 року енергетичний напій Gladiator з'явився у *PET* пляшках об'ємом 0,5 літрів, а 2011 року асортимент енергетиків поповнився ще однією новинкою – на ринку з'явився «**Гладіатор Жень-Шень**». Цього ж року Gladiator став частиною найпопулярнішої та наймасовішої комп'ютерної гри *Counter-Strike*. Від кінця квітня 2011 всі віртуальні рівні гри на найбільш популярному серед геймерів сервері *vbios.com* були брендвані логотипами Gladiator.



ble. After an intensive struggle *National Technical University of Ukraine (NTUU KPI)* won. But the difference in the number of votes with Lviv Polytechnic National University was so insignificant, that Burn decided to present Lviv students with their favorite band's concert as well. Over 20 000 people visited “*BoomBox*” concerts in Kyiv and Lviv. The success of the program is confirmed by the following figures: 130 000 views on youtube and 5 mln views during on-line promo of the project.

In summer of 2011 Burn supported International Break-dance Championship “**Burn Battle School 2011**”. Promo-tours took place in largest Ukrainian cities: Lviv, Dnipropetrovsk and Odesa. Final battle in Kyiv gathered legendary “B-boys” (break-dancers) from all over the world.



In 2011 for the 7th year in a row Burn supported “**Republic KaZantip – Z19**” (the most popular festival of electronic music). Yearly Republic KaZantip gathers approximately 70 thousand admirers of electronic music, more and more fans coming European countries. Due to Burn's support the world famous DJ *Sander van Doorn* played his set at “Z-19”. Additionally, in a social network “VKontakte” Burn raffled 10 free “visas” to KaZantip Republic.

In autumn, 2011 energy drink “Burn” was extended with a new taste – *Burn Tropical* – a drink with a wonderful combination of orange, mango and guava flavors, which charges with energy for active lifestyle. *A new flavor is really soft due to 21% of natural tropical fruit juice*. Energy has never been so delicious!

Gladiator

In 2010 energy drink Gladiator appeared in *PET* bottles 0,5, and in 2011 it was extended with a new taste – *Gladiator Ginseng*. The same year Gladiator became the part of the most popular computer game “*Counter-Strike*”. Since April 2011 all virtual game levels were branded with Gladiator logos on the most popular among gamers server *vbios.com*.

Rich

“Rich” offers a premium quality that suits independent, active people striving for success and pleasure in life. The range of Rich juices includes 13 different flavors: *Exotic, Apple, Orange, Tomato, Peach, Pineapple, Grape, Cherry, Grapefruit, White Grape,*

Rich

«Rich» — це еталон преміальної якості та стилю, який до вподоби незалежним, активним людям, які прагнуть успіху та водночас насолоджуються життям. Асортимент соків „Rich” нараховує 13 різних смаків: «*Екзотик*», «*Яблуко*», «*Апельсин*», «*Томат*», «*Персик*», «*Ананас*», «*Виноград*», «*Вишня*», «*Грейпфрут*», «*Білий виноград*», «*Морс із журавлини*». З 2010 року почалося виробництво таких смаків, як «*Гранат*» та «*Банан-Полуниця*».

«Кока-Кола» в Україні здійснює постійну рекламну підтримку торгової марки «Rich»: реклама на ТВ та у глянце-вих журналах, POS-матеріали .



«Rich» підтримує різноманітні суспільні заходи, зокрема тісно співпрацює з мережею ресторанів «Козирна Карта».

«Добрий»

ТМ «Добрий» — це сік для всієї родини, зроблений з душею та турботою про вас та ваших близьких. «Добрий» - *єдиний бренд у своєму сегменті, який виробляє 100% яблучний сік*.

BotaniQ

У 2010 році на український ринок вийшов «botaniQ» у новому зручному форматі – яскравих пляшках 0,9л та 0,4л. Цей продукт одразу здобув популярність серед любителів соку, адже поєднує в собі високу якість та зручність споживання.

Також 2010 року з'явився *Ботанік Кідз*. 4 смаки якого (мультифрут, яблуко-виноград, банан-полуниця, яблуко-малина) прийшлися до смаку найменшим споживачам. На підтримку запуску нового продукту було проведено семплінг у дитячих таборах, в результаті якого 11 000 дітей змогли скуштувати. Про появу Ботанік Кідз також сповіщали сіті-лайти у дитячих зонах торгових центрів.

З 2010 року Ботанік Кідз з'явився на сторінках одного з найпопулярніших пізнавально-розважальних дитячих журналів «*Професор Крейд*». Команда Ботанік Кідз: Кеп, Біг Бой, Лілу та Меггі щомісяця запрошує дітей до захопливих пригод на одній із сторінок журналу.

У квітні та травні 2010 року Ботанік Кідз підтримав дитячу велогонку «*Ми-чемпіони*», яка щороку проходить у ки-

and Cranberries Mors. In 2010 *Granatum and Banana-Strawberry* were launched.

Advertising and promotional support for the Rich brand includes advertising on television and in glossy magazine, POS-materials.

Rich supports numerous social events, including partnership with the restaurant chain *Kozyrna Karta*.

Dobriy

Dobriy™ – is juice for the whole family, made with a sincere heart and love to you and your close ones. *Dobriy is the only brand in its segment, which produces 100% apple juice*.



BotaniQ

In 2010 new convenient format of “botaniQ” - bright bottles 0,9L and 0,4L was launched. The product immediately gained popularity among juice admirers, as it combines high quality with convenience for consumption.

In 2010 *BotaniQ Kids* was launched, 4 flavors of which (multi-fruit, apple-grape, banana- strawberry, apple-raspberry) suited the smallest consumers' taste. To support the launching, a sampling in children camps was implemented allowing 11 000 children to taste a new product.

City-lights in children areas of shopping centers also supported the launching.



ївському парку «Дубки». Щоразу на веселе змагання збирається понад 500 дітей віком від 2 до 15 років. А у 2010 р. ТМ Ботанік Кідз подарував їм веселі розваги та вручив переможцям подарунковий набір, куди входили сік Ботанік Кідз, стікер-бук та брелок.

Команда Ботанік Кідз не забула про дітей і під час святкування Нового Року та підтримала головне дитяче **новорічне свято** 2011р. Кеп, Біг Бой, Лілу та Меггі розважали дітей до та після новорічної вистави, дарували їм соки, а їх зображення прикрашали офіційні афіші свята та декорації всередині залу.

Ми за здоровий спосіб життя

Сьогодні люди приділяють надзвичайну увагу здоровому способу життя. Споживачі очікують від виробника усієї інформації про продукт, його інгредієнти та харчові цінності. Крім того, батьки турбуються про правильне харчування та фізичну активність дітей.

Щоб задовольнити зростаючі потреби наших споживачів ми вживаємо низку заходів, зокрема:

- **Збільшення асортименту продукції:** ми пропонуємо більше низькокалорійних та збагачених корисними для здоров'я компонентами напоїв.
- **Інформація про склад:** ми надаємо споживачам усі дані про інгредієнти та харчові цінності наших напоїв.
- **Ми проводимо відповідальну маркетингову політику:** враховуємо думки батьків та педагогів, будуючи на цьому відповідальний підхід у пропозиції напоїв юним споживачам.
- **Активний спосіб життя:** ми пропагуємо фізкультуру та спорт та створюємо для цього відповідні умови

Збільшення асортименту продукції

Разом з безалкогольними газованими напоями до асортименту продукції ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна» входять соки, нектари, вода та чай.

Ми пропонуємо споживачам низькокалорійні напої, такі як Coca-Cola light. А також напої, збагачені корисними для здоров'я компонентами, наприклад соки BotaniQ Plus.

Інформація про склад

Наша мета надати споживачу повну, чітку та зрозумілу інформацію про склад наших напоїв. Наприклад, для підтримки здорової маси тіла споживачам найбільше необхідна інформація про вміст калорій у їжі чи напоях.

Ми також підкреслюємо, що наша продукція не містить штучних консервантів, барвників чи ароматизаторів. Наприклад, Coca-Cola ніколи не містила та не міститиме штучних консервантів та ароматизаторів.

Додаткову інформацію можна знайти на нашому сайті, у

In 2010 BotaniQ Kids appeared on pages of one of the most popular informative-entertaining children's magazines "Professor Kreid". BotaniQ Kids Team: Cap, Big Boy, Lily and Meggie monthly invites kids to gripping adventures on one of magazine papers.

In April and May 2010 BotaniQ Kids supported children's cycle race "We are the Champions", which takes place annually in Kyiv park "Dubky". This cheerful competition gathers over 500 teenagers between 2 and 15 years. In 2010 BotaniQ Kids TM brought them cheerful entertainment program and awarded the winners with a gift set, including BotaniQ juice, a sticker-book and a key ring.

BotaniQ Kids team did not forget about children during New Year's celebration and supported the main **New Year's holiday** in 2011. Cap, Big Boy, Lily and Meggie entertained children before and after the performance, presented them with juices and the official posters and decorations inside were adorned by their images.

We are for Health and Well-Being

People today are increasingly interested in health and wellbeing. Consumers expect more information about the ingredients and nutritional qualities of their food and beverages. In addition, parents and teachers care about healthy nutrition habits and physical activity of children.

We meet these changing needs in a variety of ways:

- **A wider choice of beverages:** we are offering more lower-calorie beverages and beverages with health benefits
- **Nutrition information:** we are providing more information about the ingredients and nutritional qualities of our beverages
- **Responsible sales and marketing:** we listen to parents and educators to make sure that we provide beverages to young people in a responsible manner
- **Active lifestyles:** we encourage people to exercise more, providing opportunities for them to do so.

A Wider Choice of Beverages

In addition to sparkling beverages, we now offer a growing number of still beverages, such as juices, waters and ready-to-drink teas.

We provide low-calorie options, such as Coca-Cola light, as well as beverages with added health benefits, such as juices BotaniQ Plus.

Nutrition Information

We aim to provide consumers with nutrition information about our beverages that is clear and easy to understand. To maintain a healthy body weight, for example, the most important information that people need is the calorie content of their food and beverages.

We also highlight the lack of artificial flavors, colors and preservatives in our beverages. For example, brand Coca-Cola does not contain added preservatives or artificial flavours; it never has and never will.

наших публікаціях або дізнатися, зателефонувавши на інформаційну лінію для споживачів.

Відповідальний підхід до реклами та реалізації

Будь-який наш напій може бути частиною здорової дієти. Але разом з тим ми поважаємо право батьків визначати раціон харчування та стиль життя їхніх дітей.

Активний спосіб життя

Контроль за кількістю вживаних калорій – це лише один аспект здорового способу життя. Для підтримання гарної форми необхідна й фізична активність, достатня для спалювання калорій, отриманих з їжею та напоями.

Ми співпрацюємо з державними організаціями, експертами в галузі дієтології і підтримуємо низку ініціатив, спрямованих на популяризацію спорту, активного способу життя та освітніх програм зі здорового харчування.

Additional information can be found on our website, in our publications and through our consumer response centres.

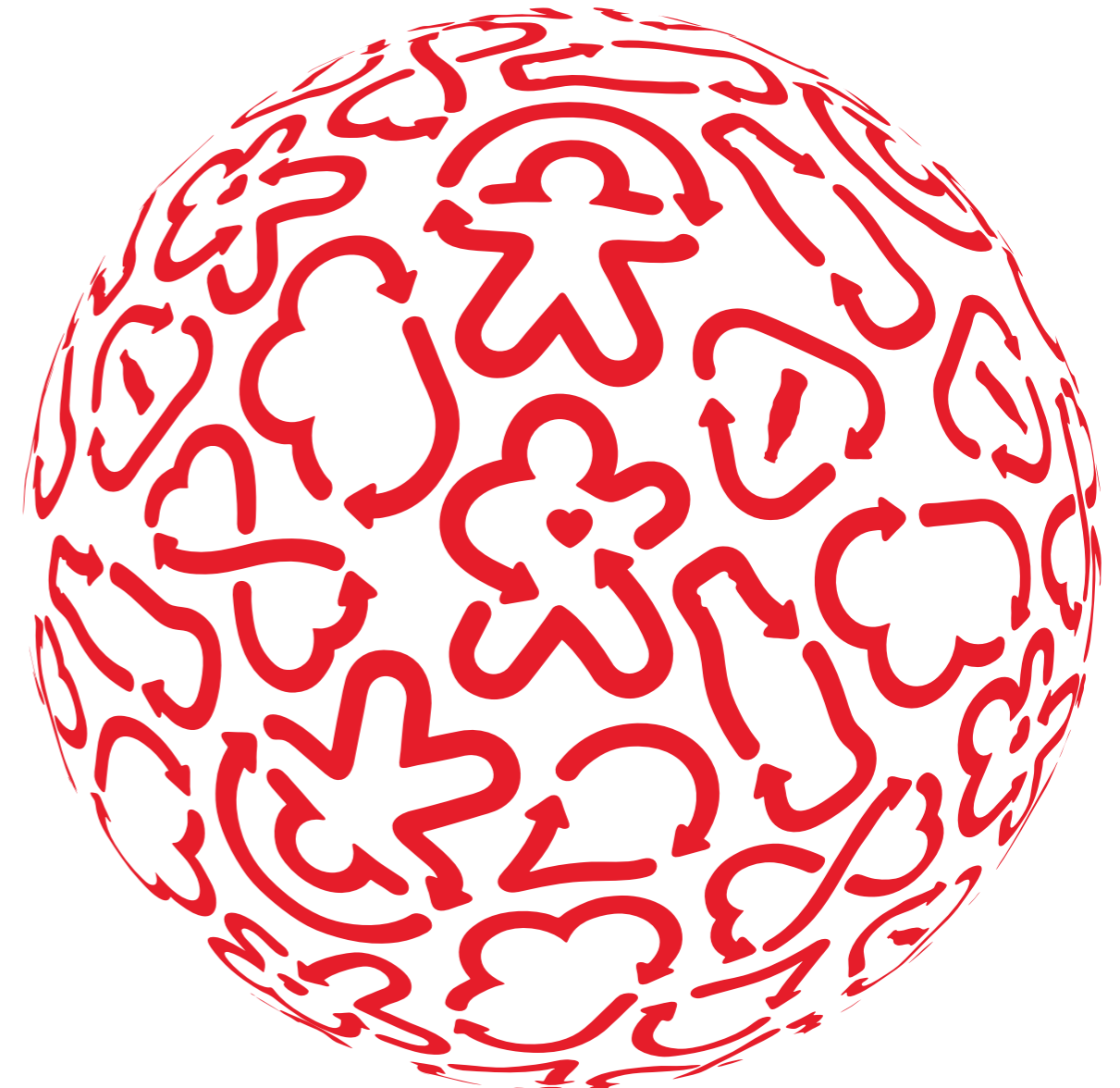
Responsible Sales and Marketing

While all of our beverages may be enjoyed as part of a healthy diet, we respect the wishes of parents and educators to oversee their children's diets and lifestyles.

Active Lifestyles

Managing the amount of calories consumed is only one part of the so-called energy equation. To maintain a healthy body weight, people must burn off the calories they consume through physical activity.

We work with government agencies, sports and nutrition experts and others to support physical activity and nutrition education programmes.





Громадськість

- Загальні принципи співпраці Кока -Кола в Україні з громадськістю / 63
- Зовнішня комунікація і партнерство / 64
- Пропаганда спорту та фізичної активності / 65
- Захист водних ресурсів та довкілля / 68
- Підтримка українських цінностей та значимих для українців подій / 74
- Доброчинність / 78
- Співпраця зі ЗМІ / 80
- На шляху до майбутнього / 81

Community

- Main Principles of Coca-Cola Ukraine Cooperation With the Community / 63
- Communication and Partnership / 64
- Promoting Sports and Physical Activity / 65
- Water and Environmental Protection / 68
- Supporting Ukrainian Values and Important Ukrainian Events / 74
- Charity / 78
- Cooperation with Media / 80
- Meeting the Challenges Ahead / 81



«Проблема епідемії ВІЛ/СНІДу продовжує залишатись актуальною в цілому світі. Як не прикро, але Україна займає одне з перших місць в Європі за темпами приросту нових випадків ВІЛ. Від 2003 р. наш Фонд веде активну просвітницьку кампанію щодо попередження нових випадків ВІЛ. Партнерство з компанією Кока-Кола, яке розпочалося у 2010 році надало нашій діяльності нового імпульсу. Разом ми реалізуємо проект "Safe Connection", підвищуючи обізнаність молодого покоління про проблему ВІЛ/СНІДУ, звертаючись до нього, насамперед, через Інтернет та соціальні мережі, адже саме тут сучасна молодь проводить найбільше часу. За рік спільної діяльності нам вдалось охопити аудиторію близько 9.7 млн. чоловік. Вперше за останні десять років в Україні було зафіксовано зниження темпів приросту нових випадків ВІЛ. Ми вважаємо, що це наш перший спільний крок до перемоги над СНІДом».

Ольга Руднева,
Директор Фонду Олени Пінчук АнтиСНІД



«Кока-Кола підтримує Олімпійський Рух від 1928 року. В Україні Національний Олімпійський Комітет співпрацює з компанією Кока-Кола з 1996 року. Разом ми реалізували багато проектів, які не лише підтримують ідеї олімпізму та професійного спорту, а й пропагують активний спосіб життя серед населення. Щороку ми відзначаємо найкращих спортсменів та організацій, які зробили великий внесок у розвиток спорту під час церемонії «Герої Спортивного Року». Компанія Кока-Кола отримувала цю нагороду неодноразово. Ми надзвичайно пишаємося цим партнерством, адже Кока-Кола не просто підтримує спортивні проекти, а прагне сприяти здоровому способу життя та розвивати спортивну культуру серед українського населення.»

Сергій Бубка,
Президент Національного Олімпійського Комітету України

«The Coca-Cola Company partners the Olympic Games since 1928. In Ukraine, partnership with the national Olympic Committee of Ukraine started in 1996. We have jointly implemented many projects, which support Olympic movement and professional sports as well as promote active healthy lifestyle. Annually, the best sportsmen and organizations, which contribute to the development of sport are awarded at "Heroes of Sports Year" ceremony. The Coca-Cola Company was awarded more than once. We are proud of our Partnership, as Coca-Cola not only supports sports projects but aspires to promote healthy lifestyle and to boost sports culture among Ukrainians.»

Sergiy Bubka,
President of National Olympic Committee of Ukraine

«The problem of HIV/AIDS epidemics continues to be topical in the whole world. It is vexing, but Ukraine takes one of the first places in Europe with the proportion of new cases of HIV/AIDS. Since 2003 our Foundation has been conducting active educative campaign against new HIV cases emergence. Partnership with the Coca-Cola Company, which started back in 2010, gave a new impulse to our activity. We have jointly implemented the project "Safe Connection", aimed at raising awareness among young people on the problem of HIV/AIDS through the Internet and social networks where young people spend much time nowadays. Within the year of joint efforts we managed to inform approximately 9.7 mln people. It was the first time in 10 years in Ukraine that the decrease of new HIV cases was registred. We consider it to be our first joint step to victory over AIDS.»

Olga Rudneva,
Executive Director of Elena Pinchuk Anti AIDS Foundation



«Ми щасливі, що разом з Кока-Кола ми швидко та ефективно реагуємо на надзвичайні ситуації, надаємо допомогу незахищеним верствам населення, які її найбільше потребують. Сподіваюсь, що наша співпраця надихне мільйони стати волонтерами, а представників великого бізнесу розділити цінності Червоного Хреста».

Іван Усіченко,
Президент Товариства Червоного Хреста України

«We are happy that together with Coca-Cola we can swiftly address emergencies and provide relief assistance to the most vulnerable people. I hope that our partnership will inspire millions of people to become volunteers and the representatives of business community to share the values of the Red Cross»

Ivan Usichenko,
President of Red Cross Society of Ukraine

Загальні принципи співпраці Кока-Кола в Україні з громадськістю

- підтримка ініціатив та партнерських стосунків, що відіграють важливу роль для української громадськістю;
- прислухання до української громадськістю та врахування її поглядів та прагнень;
- необхідність постійного розвитку та освіти для молоді.

Main Principles of Coca-Cola Ukraine Cooperation With the Community

- to support initiatives and partnerships which contribute to the life of Ukrainian communities;
- to listen to people in the communities where we do business and understand their needs and aspirations;
- to emphasize the importance of sustainable development and education for youth.

Розвиток громадськості через економічні інвестиції

Кока-Кола в Україні є частиною суспільства, і турбота про українців для нас є надзвичайно важливою. Компанія обрала такі напрями роботи:

- підтримка громадських заходів, спрямованих на пропаганду активного способу життя;
- підтримка соціальних благодійних програм та участь у їх розробці;
- підтримка програм, спрямованих на захист довкілля та водних ресурсів.

«Кока-Кола» в Україні усвідомлює, що її успіх цілком залежить від ефективності співпраці з клієнтами, споживачами, партнерами та акціонерами. У співпраці з урядовими та неурядовими організаціями «Кока-Кола» прагне сприяти добробуту українського суспільства.

Зовнішня комунікація і партнерство

Громадські організації

Компанія підтримує постійний контакт з громадами, об'єднаннями та спілками. Відповідний ретельний аналіз проблем або ініціатив, з якими вони звертаються, забезпечують утримання активної громадянської позиції.

Неурядові організації

„Кока-Кола” в Україні є членом різних неприбуткових організацій, що мають на меті покращити життя суспільства та економічного клімату країни. Серед них:

- Американська торгівельна палата в Україні.
- Європейська Бізнес Асоціація.
- Торгово-промислова палата України.
- УкрПЕК.
- Глобальний Договір ООН.
- Українсько-американська ділова рада

Замовники та постачальники

Кока-Кола в Україні прагне обслуговувати своїх замовників та постачальників якнайкраще. Через ефективну співпрацю та розкриття нових можливостей для розвитку спільного бізнесу, Компанія забезпечує втілення в життя своєї місії та цінностей.

Центральні та регіональні урядові установи

Кока-Кола в Україні регулярно підтримує контакти з урядовими установами локального та національного рівня, що забезпечує Компанії постійну обізнаність з процесами, які відбуваються у державі та можливість безпосередньо брати в них участь шляхом підтримки науково-практичних конференцій, обміну досвідом та передовими практиками.

Enriching the Life of Community

Coca-Cola is an integral part of Ukrainian society, and the well being of Ukrainian communities is of central importance to us. Our activities and support are focused on the following priorities:

- encouraging healthy, active lifestyles
- supporting and participating in the development of social and charitable programs
- promoting the protection of critical environmental and water resources

Coca-Cola Ukraine is aware that its success depends on the effectiveness of our collaboration with all of our stakeholders: customers, consumers, partners, shareholders, and both governmental and nongovernmental organizations. Only through such collaboration can we contribute to the health and vibrancy of the Ukrainian communities we serve and, in turn, to the health of our own business

Communication and Partnership

Public Organizations

Coca-Cola Ukraine is in constant contact with communities, associations and unions. In this way, the Company can ensure that its initiatives as an active corporate citizen are based on a sound understanding of community needs and appropriate responses.

Non-governmental Organizations

Coca-Cola Ukraine is a member of a various non-profit organizations whose goal is to improve the quality of life in Ukrainian communities and the economic climate in the country:

- The American Chamber of Commerce in Ukraine
- The European Business Association
- The Chamber of Commerce and Industry of Ukraine
- The United Nations Organization
- UkrPACK
- UN Global Compact
- US-Ukraine Business Council

Customers and Suppliers

Coca-Cola Ukraine is committed to serving its customers and suppliers in the best way possible. Further to the Company's mission to benefit everyone we do business with, we continually strive to enhance the effectiveness of our collaboration with these partners and seek new opportunities for joint business.

Central and Regional Governmental Institutions

Coca-Cola Ukraine maintains regular contact with governmental institutions at the local and national levels. Based on these contacts, and where appropriate, the Company provides support for activities such as scientific and practical conferences, and meetings and events designed to share experience and best practice.

CRIS

Від 2006 року у компанії «Кока-Кола Україна» працює єдиний Центр роботи зі споживачами та клієнтами. Головним його завданням є формування та підтримка на належному рівні іміджу компанії серед споживачів та клієнтів українського ринку безалкогольної продукції.

0-800-30-80-08 — цей номер телефону Центру роботи зі споживачами та клієнтами надруковано на кожній пляшечці, що випускається із заводу „Кока-Кола Беверіджиз Україна”. Набравши цей номер з будь-якого стаціонарного телефону в межах України, можна безкоштовно отримати відповіді на запитання не лише з приводу продукції, інгредієнтів, маркетингових акцій чи історії компанії, а й вирішити спірні чи питання співпраці, запропонувати спонсорські та благодійні проекти тощо.

Пропаганда спорту та фізичної активності

Один із напрямів громадської роботи «Кока-Кола» в Україні — це підтримка громадських заходів, спрямованих на пропаганду активного способу життя та ідей олімпізму.

Ми прагнемо до того, щоб змінити пасивний спосіб життя та покращувати здоров'я наших споживачів.

Тому нашою метою є підвищення стандартів фізичної форми через залучення та пропаганду різних програм, спрямованих на розвиток активного способу життя.

Партнерство з Національним Олімпійським Комітетом України

Компанія «Кока-Кола» є партнером Олімпійських Ігор в усьому світі від 1928 року.

В Україні міцні партнерські стосунки з Національним олімпійським комітетом України почалися 1996 року. Спільно реалізовано багато проектів: *Естафета Олімпійського вогню* напередодні Олімпійських ігор в Афінах, конкурс на визначення олімпійського талісману для Олімпійської збірної України. Щороку проходять такі масштабні та яскраві заходи, як *Олімпійський День*, *Всеукраїнський Олімпійський Урок*, *Герої Спортивного Року*.

Зірки Жердини

Ось уже 8 років поспіль Кока-Кола в Україні підтримує міжнародний атлетичний турнір «Зірки Жердини», який щороку проходить під патронатом Президента НОК та олімпійського чемпіона *Сергія Бубки*.

Турнір проводиться з 1991 року та є найбільшою спортивною подією Донецьку. Найкращі атлети, автори національних рекордів, олімпійські чемпіони з'їжджаються сюди з усього світу, щоб позмагатись одне з одним. 1997 року турнір було включено в офіційний спортивний календар IAAF (Міжнародна федерація спортсменів-аматорів).

CRIS

Since 2006 there is a combined *Consumer and Customer Support Center (CRIS)* at Coca-Cola Ukraine. The aim of the Center is to maintain a highly positive relationship with Ukrainian consumers and customers by standing ready to hear and respond to their questions and feedback.

0-800-30-80-08 — The Coca-Cola hotline number is printed on every bottle produced at the Coca-Cola Beverages Ukraine plant. By dialing this number from any telephone in Ukraine, consumers can get free answers to questions about the Company's products, ingredients, marketing events and the history of the Company. Customers can use the hotline to raise questions about cooperation with the Company, offer sponsorship and charity support, or settle other issues.

Promoting Sports and Physical Activity

Providing support to public events aimed at promoting healthy active lifestyle and Olympic movement is one of the priorities for Coca-Cola in Ukraine.

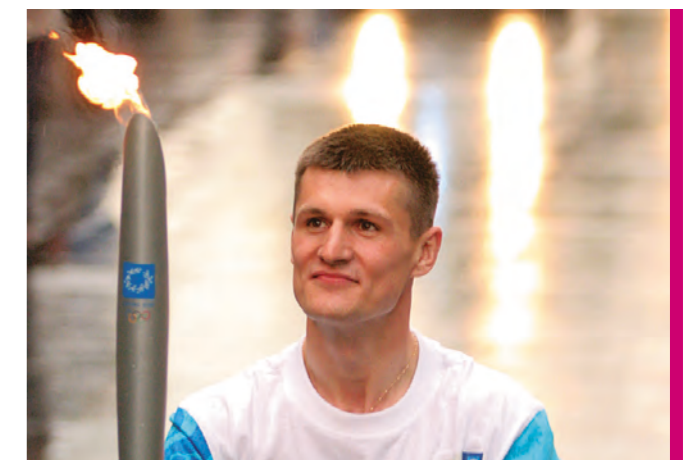
We are working to help reduce inactivity and enhance consumer health.

Our goal is to raise the standards of physical fitness globally through encouragement, sponsorship and grass-roots programs.

Partnership with the National Olympic Committee of Ukraine

The Coca-Cola Company partners with the Olympic Games globally since 1928.

In Ukraine, strong partnership with the National Olympic Committee of Ukraine started in 1996. We have jointly implemented a number of projects: *Olympic Torch Relay on the eve of the Athens Olympic Games*, *Olympic mascot for the Ukraine National Team*, etc. Such large-scale events as *Olympic Day*, *Olympic Lesson*, *Heroes of Sports Year* are held annually.



Неодноразово Донецьк ставав свідком того, як в ході турніру встановлювались світові рекорди. Тричі среди чоловіків (Сергій Бубка, найвищий показник 6,15 м у 1993р.), і вісім разів серед жінок (Олена Ісінбаєва максимальна висота - 5 м у 2009 р.)

«Клич друзів – граймо разом!»

Від 2006 року благодійна організація «Фонд братів Кличків» та «Кока-Кола» в Україні спільно реалізують проект «Клич друзів – граймо разом!» з будівництва дитячих спортивних майданчиків, який вже поширився всією Україною. Метою проекту є відродження спортивної культури серед підлітків, повернення міській культурі традицій здорового способу життя, втілення ідеї дворового спорту для всієї родини. Майданчики мають розмір 10 на 10 метрів, відповідають всім сучасним екологічним вимогам та вирізняються стильним та яскравим дизайном.



Проект проходить на конкурсній основі. Учасникам пропонується поділитись своїм досвідом ведення активного здорового способу життя, написавши листа-заявку організаторам проекту, які й обирають переможців. Щороку на конкурс надходить близько 200 листів-заявок.

Протягом 2010-2011 рр. у різних регіонах України було відкрито 24 майданчики. На сьогоднішній день загальна кількість їх по всій Україні становить 99

Однак, на встановленні майданчиків проект не закінчується. Так, наприклад, у 2010 р. учасникам проекту - ініціативним групам, які працюють з дітьми та підлітками було запропоновано взяти участь у конкурсі на найоригінальнішу спортивно-розважальну програму для майданчика. На конкурс надійшло близько 80 проектів з найвіддаленіших куточків України, 12 з яких були визнані найкращими. Відтак, 60 дітей та 12 тренерів було запрошено до Києва на фінальний захід за участю Володимира Кличка та Волтера Гордона, Генерального директора компанії «Кока-Кола Україна». 60 дітям з різних куточків України здійснили свою мрію - поринули у світ фантастичних пригод у 4-D кінотеатрі; взяли участь в різноманітних конкурсах та естафетах. А також зустрілися з організаторами проекту «Клич друзів – граймо разом!» та

Stars of Pole Vault

For 8 years already Coca-Cola in Ukraine supports Stars of Pole Vault tournament that takes place annually in Donetsk, Ukraine and is organized by *Sergiy Bubka*, NOC President and Olympic champion.

The tournament is held since 1991 and is considered to be the biggest sports event in Donetsk. Best athletes from all over the world, national record holders, Olympic winners come here to compete. In 1997 the tournament was included to the official sports calendar of IAAF (International Amateur Athletic Federation). Many times Donetsk became the witness of world records. Three times among men (Sergei Bubka, Ukraine - maximum height 6,15 meters in 1993) and eight times among women (Elena Isinbaeva - maximum height 5,00 meters in 2009).

Call Your Friends – Let's Play Together!

Since 2006 the charitable organization "The Klitschko Brothers Foundation" and Coca-Cola Ukraine have conducted a joint project entitled, "Call your friends – Let's play together!" for the construction of children's playgrounds throughout Ukraine. The aims of the project are to revive a sports culture among teenagers reintroduce healthy lifestyle to city culture and promote the idea of sports at home for the whole family. The 10m x 10m playgrounds meet all environmental standards and are notable for their creative and fun design.

The project is competition based. Participants are suggested to describe their way to lead active lifestyle and send it in a letter-application to project's organizers, who choose the winner. Over 200 applications are received annually.

In 2010-2011 24 playgrounds were opened in different regions of Ukraine. The total number of playgrounds all over Ukraine is 99

But the project does not stop after playgrounds opening. In 2010, for example, participants of project – initiative groups who work with children and teenagers were offered to take part in a contest for the best sports-entertainment program for their playground. 80 applications were submitted from the most remote regions in Ukraine, 12 of them were recognized to be the best ones. So 60 children and 12 trainers were invited to Kyiv for a final event with Volodymyr Klitschko and Walter Gordon, General manager of the Coca-Cola Company.

60 schoolchildren from all over Ukraine realized their dreams – they immersed into the world of fabulous events in 4D cinema; participated in different competitions. They also met with the organizer of the event "Call your friends – let's play together!" and got presents from Volodymyr Klitschko and the Coca-Cola Company Ukraine.

The project "Call your friends – let's play together!" attracts great interest of media. It is covered by 10 printed media, 40 Internet resources and 5 national TV channels annually.

Overall, 2000 children, their parents, relatives and friends come for playgrounds opening ceremonies annually.

отримали подарунки від Володимира Кличка та Компанії «Кока-Кола Україна».

Щороку проект «Клич друзів – граймо разом!» привертає велику увагу медіа. Подію висвітлює понад 10 друкованих видань, 40 інтернет ресурсів та 5 національних телеканалів щорічно.

Загалом, щороку на урочисте відкриття майданчика приходять близько 2000 дітей, їх батьків, родичів, друзів.

Спеціальна Олімпіада

Спеціальна Олімпіада – це найбільша у світі програма цілорічних спортивних тренувань та змагань для людей з вадами розумового розвитку. Заснована 1968 року сестрою президента США Джона Ф. Кеннеді, Юніс Кеннеді Шрайвер, Спеціальна Олімпіада стала глобальним рухом, який зараз налічує більше 3 мільйонів атлетів у більш ніж 180 країнах світу.

Спеціальна Олімпіада України офіційно заснована у березні 2002 року, хоча українські атлети з вадами розумового розвитку брали участь у міжнародних змаганнях Спеціальної Олімпіади та у кожних Світових Іграх ще від 1995 року.

Сьогодні Спеціальна Олімпіада України є всеукраїнською організацією, до якої залучено більше 12,000 атлетів у 18 регіонах країни. Тим не менш, ця кількість є лише невеликою частиною майже мільйона людей з вадами розумового розвитку, котрі мешкають в Україні.

Від моменту заснування Спеціальної Олімпіади 1968 року, компанія «Кока-Кола» стала її активним глобальним спонсором, забезпечуючи грошові та натуральні вклади, практичну добровільну допомогу, обладнання, уніформу та інші матеріали і послуги для змагань Спеціальної Олімпіади.

„Шкіряний м'яч – Кубок Кока-Кола”

З 2010 року Кока-Кола в Україні підтримує турнір „Шкіряний м'яч”. Турнір було засновано ще в далекому 1965 році газетою „Комсомольська Правда”. Мета турніру – пропаганда здорового способу життя серед підлітків та розкриття нових футбольних талантів. Того ж року турнір отримав нову назву – „Шкіряний м'яч - Кубок Кока-Кола”.

Щороку турнір об'єднує сотні тисяч школярів у боротьбі за перемогу. Надихає юних спортсменів зірка українського футболу – Сергій Ребров, чий професійний шлях також починався зі Шкіряного М'яча.

У турнірі сезону 2010-2011 взяли участь близько мільйона дітей з більш як 50 тисяч команд практично з усіх куточків України.

Як офіційний спонсор УЄФА Євро 2012 ТМ, Кока-Кола відбрала більше 40 найкращих гравців поточного сезону турніру, які отримали почесне право винести прапор однієї з команд-учасниць Чемпіонату УЄФА Євро 2012 ТМ.

Special Olympics

Special Olympics is the world's largest year-round programme of sports training and competitions for individuals with intellectual disabilities. Founded in 1968 by Eunice Kennedy Shriver, sister of US President John F. Kennedy, Special Olympics has grown into a global movement that currently serves to more than 3 million athletes in 180 countries all around the world.

Special Olympics Ukraine was officially established in March 2002 though Ukrainian athletes with intellectual disabilities have been taking part in Special Olympics international events and every World Games since 1995.

Today Special Olympics is a whole Ukrainian organization with more than 12,000 athletes in 18 regions of the country. However, this number is only a fraction of the approximately one million people with intellectual disabilities who live in Ukraine.

Since the Special Olympics foundation in 1968, The Coca-Cola Company has become its active global supporter providing funds and in-kind donations, including volunteer work, equipment, uniforms and other materials and services for the Special Olympics competitions.

“Leather Ball - Coca-Cola Cup”

Since 2010 Coca-Cola Ukraine has been supporting “Leather Ball Tournament”. The football tournament was founded in 1965 by the “Komsomolskaya Pravda” newspaper. The tournament is aimed at healthy lifestyle promotion among teenagers and at discovering new football talents. The same year the tournament was renamed “Leather Ball - Coca-Cola Cup”.



Annually, the tournament gathers hundreds of thousands of schoolchildren in fight for victory. Ukrainian football star Andriy Rebrov, whose professional path also started from “Leather Ball” inspires young sportsmen.

Approximately 1mln children from 50 000 teams from all over Ukraine participated in the tournament in 2010-2011.

As an official partner of UEFA EURO 2012 TM, Coca-Cola chose over 40 best players of current season for an honorable mission

Захист водних ресурсів та довкілля

Ми надзвичайно відповідально ставимось до водних ресурсів та управління ними. Ми працюємо над тим, щоб досягнути «нульового рівня» використання води – тобто повертати в природу таку ж кількість чистої прісної води, яку ми використовуємо у приготуванні наших напоїв.

Ми також розглядаємо нашу упаковку як цінний ресурс для майбутнього використання, тому наше пакування – це додаткова вартість на кожному етапі.

Кожна краплина має значення

«Кожна краплина має значення» – це міжнародний проект, започаткований компанією «Кока-Кола» та Програмою Розвитку ООН, покликаний сприяти вихованню відповідального ставлення до води. Проект працює в декількох країнах, як-от Казахстан, Вірменія, Румунія, Хорватія та Туреччина, а від 2009 року – і в Україні.

В Україні проект реалізується за підтримки торгової марки «БонАква», адже природна питна вода підтримує відродження природних джерел.

Метою проекту «Кожна краплина має значення» в Україні стало відновлення і захист природних джерел та створення навколо них зон відпочинку через активне залучення місцевих громад. Таким чином, організатори проекту прагнуть сприяти розвитку екологічної культури та підвищенню громадської обізнаності щодо збереження та захисту довкілля.



Перший етап проекту (2009-2010 рр.) фокусувався на сільських громадах. За цей період було відкрито 15 джерел, навколо яких було збудовано зони відпочинку. Важливою складовою проекту є його освітній елемент. Саме тому під час першого етапу 3000 школярів з сільських громад взяли участь у 30 тренінгах про відповідальне ставлення до водних ресурсів. ПРООН разом з Кока-Кола створили невеликий фільм, де розповідається про основні події та результати першого етапу проекту.

Другий етап проекту триває від 2010 року. Цього разу до проекту залучені місцеві громади. Тренінги ж спрямовані

to carry the flag of one of the team-participants during matches of UEFA EURO 2012 TM.

Water and Environmental Protection

We are committed to responsible water stewardship. We are working to safely return to nature an amount of water equivalent to what we use in all of our beverages and their production.

We envision a world in which our packaging is seen as a valuable resource for future use. We are making this vision a reality by creating value at every stage of our packaging lifecycle.

Every Drop Matters

“Every Drop Matters” is an international project launched by the Coca-Cola Company and the UN Development Program. It is aimed at nurturing a responsible attitude towards water. This project is being implemented in Kazakhstan, Armenia, Romania, Croatia and Turkey, and since 2009 – in Ukraine.

In Ukraine the project is being implemented with support of the TM “BonAqua” – natural drinking water supporting natural springs rehabilitation.

The purpose of “Every Drop Matters” in Ukraine is to rehabilitate and protect natural springs and to create recreation areas around through active engagement of local communities. In this way the organizers aim to develop eco-culture and raise public awareness on water stewardship.

The first stage of the project (2009-2010) focused on rural communities. Overall 15 springs were renovated and recreation zones built around them. EDM in Ukraine has a strong educative component. Therefore, 3000 schoolchildren participated in 30 trainings on responsible attitude to water resources. Jointly with UNDP Coca-Cola Ukraine released a short movie featuring the main milestones and results of the first stage of EDM in Ukraine.

The second stage of the project that started in 2010 is focused on municipal communities and this time, trainings are aimed not only at schoolchildren, but at teachers as well. At least 7 more springs are planned to be rehabilitated and 30 more trainings held.

In 2011 educative component of the project was broadened with the launch of “Black Sea Box,” which was officially presented during round table in Eupatoria, Crimea on October 31, 2011-the International Black Sea Action Day. “Black Sea Box” is an educational toolkit that includes guidelines for teachers and materials for children to raise their awareness on problems pertaining to the Black Sea area. It will be disseminated in 920 schools of the Black Sea region, namely in Crimea, Kherson, Odessa and Mykolayiv regions in order to raise awareness of teachers and schoolchildren about problems pertaining to the Black Sea area.

“Green Day”

Since 2006 Coca-Cola in Ukraine organizes a “Green Day” for employees. The program not only unites forces for the joint goal but also boosts the wellbeing of local communities. First of all “Green Day” helps to form responsible attitude towards the environment, gives a chance to each employee together with his family and friends to contribute to environment pro-

tection. By active participation in the project, the company’s management encourages the employees and parents, collecting waste and planting trees to become great examples for their children. Moreover, the program enables the company to share its knowledge and experience, popularizes environment initiatives among the public, boosts public awareness, gives chance to collaborate with local communities, governmental and non-governmental organizations, helps involve partners.

не лише на школярів, а й на вчителів. Планується відкрити щонайменше 7 джерел та провести ще 30 тренінгів.

У 2011 році освітній компонент проекту збагатився так званою «Чорноморською Скринькою», офіційна презентація якої відбулась 31 жовтня 2011 року в Міжнародний День Чорного Моря під час круглого столу у м. Євпаторія, АР Крим. «Чорноморська Скринька» – це освітній посібник для вчителів та дітей, що містить навчальні матеріали про Чорне Море та екологічні проблеми причорноморської зони. «Чорноморську Скриньку» буде поширено у 920 школах причорноморської зони, а саме у Криму, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, з тим щоб підвищити обізнаність вчителів та школярів про екологічні проблеми причорноморської зони.

«Зелений день»

Починаючи з 2006 року Кока-Кола в Україні проводить «Зелені дні» для співробітників. Програма не лише згуртовує колектив навколо спільної мети, але й сприяє покращенню добробуту місцевих громад. У першу чергу «Зелений день» дозволяє виховувати у співробітників відповідальне ставлення до навколишнього середовища, дає можливість кожному працівнику разом з родиною та друзями долучитися до важливої справи і зробити свій внесок у захист довкілля. Керівництво компанії особистою активною участю у проекті мотивує інших співробітників, а батьки, що прибирають сміття чи саджають дерева, стають чудовим прикладом для наслідування для своїх дітей. Крім того, програма дозволяє компанії поділитися своїми знаннями та досвідом, популяризує екологічні ініціативи серед широкого загалу, підвищує громадську обізнаність, дає можливість контакту з місцевими громадами, урядовими та неурядовими організаціями, допомагає залучати партнерів.

Завдяки програмі „Зелений день” компанія робить свій внесок у збереження природної та історико-культурної спадщини українського народу.

2010

24 квітня Компанія Кока-Кола у рамках співпраці з Глобальним Договором ООН спільно з фестивалем «Країна Мрій» провела другу «Зелену толоку». Толока – давній український звичай виконання великої роботи гуртом. Цього разу учасники наводили лад у Сирецькому Гаю, що поряд зі станцією метро «Сирецька». Толока зібрала близько 350 учасників, у тому числі понад 150 наших співробітників з родинами. Хтось саджав дерева разом з Олегом Скрипкою, хтось збирав сміття, розкидане «відпочивальниками» по парку.

Спільними зусиллями було зібрано понад 8 тон сміття, яке відразу поїхало на сміттєпереробний завод, щоб знову стати потрібною річчю.

Після суспільно-корисної праці учасників Толоки чекала лотерея з призами від організаторів та нагородження найактивніших учасників компакт-дисками від Олега Скрипки.

А втрати калорій під час прибирання Гаю та висадження дерев компенсував справжній козацький куліш, зварений тут же на галявині, та Кока-Кола.

tection. By active participation in the project, the company’s management encourages the employees and parents, collecting waste and planting trees to become great examples for their children. Moreover, the program enables the company to share its knowledge and experience, popularizes environment initiatives among the public, boosts public awareness, gives chance to collaborate with local communities, governmental and non-governmental organizations, helps involve partners.

Thanks to the program “Green Day” the company makes its contribution to safeguarding natural, historical and cultural heritage of the Ukrainian people

2010

On the 24th of April the Coca-Cola Company in cooperation with the United Nations Global Compact and ethnic festival “County of Dreams” organized the second “Green Toloka”. Toloka is an old Ukrainian tradition of doing work jointly. This time the participants cleaned up Syretsky Grove, near “Syretska” metro station. Toloka gathered approximately 350 participants, including 150 employees with families. Some participants planted trees with Oleg Skrypka, some – collected wastes, scattered in park by “quests”.



By joint efforts 8 tonnes of wastes were collected and passed immediately to waste treatment plant in order to become useful again.

After socially useful work, the lottery with prizes from organizers and CD disks by Oleg Skrypka for the most active participants were awaiting.

Loss of calories during clean-up activities and planting trees was compensated by original Cossack kulish (thick soup), cooked here in the glade, and Coca-Cola.

2011

In June, before World Environment Day the employees of the Company together with their families put in order one of the oldest Ukrainian botanical gardens, “green heart of the capital” – Kyiv botanical garden, named after Academician A.V. Fomin. Kyiv botanical garden, named after Academician A.V. Fomin of Kyiv Taras Shevchenko National University is not only a research, educative and environmental agency but an open for all visitors park area as well – the most attended recreation

2011

У червні, напередодні Міжнародного дня довкілля працівники компанії разом з родинами впорядкували один з найстаріших ботанічних закладів України, зелене серце столиці – ботанічний сад імені академіка О.В. Фоміна. Сьогодні ботанічний сад імені академіка О.В. Фоміна Київського національного університету імені Тараса Шевченка – це не лише науково-дослідна, освітня, природоохоронна установа. Це також відкрита для усіх відвідувачів паркова частина – популярна зона відпочинку у самому центрі міста та активна транзитна зона, якою користуються щодня десятки тисяч людей. І щоб упоратися з таким навантаженням колективу ботанічного саду, просто не вистачає людських та технічних ресурсів. Тож допомога волонтерів компанії влітку стала дуже потрібною та доречною.

200 учасників акції, що склалися зі співробітників компанії, членів їх сімей та друзів були попередньо розділені на зелені команди відповідно до кількості ділянок ботанічного саду та специфіки роботи на кожній з них. За кілька годин активної роботи учасники акції на 100% виконали поставлене перед ними завдання. У великій нагоді при впорядкуванні трав'янистої території став тракторець-газокосарка, подарований компанією «Кока-Кола Беверіджиз Україна» ботсадіві.



«Зелений день» не обмежився лише облаштуванням території. У ботсаді був апробований екологічний холодильник на сонячних батареях, ідея виготовлення якого належить одному із співробітників компанії, так що усі учасники могли переконалися у його ефективності, тамуючи справу у цей гарячий день прохолодними напоями.

А наприкінці заходу його учасників чекав ще один приємний «екологічний» сюрприз – у вигляді унікального фотоальбому „Національні природні парки України“, видавництво якого було профінансоване компанією. Крім того, діти з підшефного дитячого будинку, яких компанія щоразу запрошує на свої заходи, допомагали формувати папки з фотоальбомами, які також розійшлися по дитячих будинках, бібліотеках та навчальних закладах.

У жовтні компанія збрала співробітників з родинами на «Зелений день» на мальовничому озері Міхов, що знаходиться у селищі Велика Димерка. Озеро Міхов, розташоване неподалік заводу компанії і є найулюбленішим місцем відпочинку на природі місцевих жителів. Захід об'єднав

area in the very center of the city and active transit area, used by tens of thousands of people daily. In order to handle such an amount of work, the staff of the botanical garden needs human and technical resources. The assistance of our volunteers in summer was well-timed.

200 participants, including employees of the Company, their families and friends were previously divided into green teams in accordance with the number of garden areas and type of activity on each of them. Within several hours of active work, the participants fully accomplished the task. The botanical garden was presented by Coca-Cola Beverages Ukraine with a lawn mower, which was of great help in organizing grass area.

“Green Day” was not limited by bringing the territory into order. A new ecological Coke cooler operating on solar battery was approved, the production idea of which had been invented by one of our employees, so that all participants could ascertain its efficiency, quenching thirst with refreshing drinks in that hot day.

By the end of the event another “environment” surprise was waiting for the participants – a presentation of photo album „National natural parks of Ukraine”, supported by our Company. Moreover, children from sponsored orphanage, regular guests at our events, helped to pack photo albums, which were sent to orphanages, libraries and educational establishments.

In October, the Company gathered the employees with their families for “Green Day” near lake Mihov, Velyka Dymarka village. Lake Mihov, nearby our Kyiv plant, is considered to be the most favorite recreation area for citizens. The event joined forces of our employees and local communities, who also participated in cleaning campaign near the lake.

Within several hours of active work 250 exotic trees and bushes were planted.

Young plants of magnolia, redbud, hydrangea, ginkgo, etc. were kindly granted by the A.V. Fomin Botanical Garden who also coordinated the planting process.

Due to joint efforts, the territory near the lake turned into green, tidy and attractive recreation area. All the participants enjoyed fresh autumn air, spent time effectively and cheerfully, participated in the lottery and received presents from the Company.



зусилля працівників компанії та місцевої громади, які долучилися до благоустрою території навколо озера.

За декілька годин активної роботи учасники посадили більше 250 екзотичних дерев та кущів.

Саджанці, серед яких були магнолії, церциси, гортензії, гінкго та інші, було люб'язно надано ботанічним садом імені академіка Фоміна, фахівці якого також професійно керували процесом озеленення. Завдяки спільній роботі територія навколо озера стала зеленою, охайною та ще привабливішою для відпочинку. Всі учасники отримали порцію свіжого осіннього повітря, весело та з користю провели час, взяли участь у лотереї та отримали пам'ятні подарунки від компанії.

Дунайське зелене партнерство

1 червня 2005 року з метою спільного захисту та збереження ріки Дунай був підписаний Меморандум порозуміння між Міжнародною комісією із захисту ріки Дунай (ICPDR) та компанією «Кока-Кола». Партнерство «Кока-Кола», за цим меморандумом, передбачає тісну співпрацю з місцевими урядовими та неурядовими структурами з метою організації та проведення низки заходів, присвячених захисту річки Дунай.

День Дунаю – найбільший у світі фестиваль, присвячений річці, який святкують щорічно 29 червня більш ніж 80 мільйонів людей у 14 країнах. Компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна є незмінним партнером фестивалю з 2005 року.

В Україні фестиваль святкують в м. Вилкове Кілійського району на Одещині, де проходить фестиваль народів Придунав'я, а також низка акцій за участі українських дітей-членів Дунайських клубів, включаючи очищення каналів міста Вилкового. Головною метою акції є привернути увагу мешканців та владних структур міста до проблеми забруднення вулиць-каналів української Венеції.

З 2007 року захід паралельно проводиться у Закарпатській області у басейні річки Тиса, найбільшої притоки Дунаю. Фестиваль називається „Тиса – молода сестра Дунаю”.

2010

Захід було проведено у селі Ділове Рахівського району Закарпатської області. Місце проведення обрали символічно, тому що саме тут знаходиться „Географічний центр Європи” – пам'ятний знак, встановлений австрійськими науковцями ще у 19 столітті. Програма святкування включала конкурси дитячої творчості „Тиса має талант”, фото конкурс „Зелена дія”, загально-дунайський конкурс „Дунайський митець” Крім цього між районами проводилося змагання на приготування рибної юшки «Тисайська юшка», яку готували та куштували під час фестивалю.

Свято закінчилося урочистим моментом – передачею прапора Дня Дунаю через річку Тису до Румунії, так почалася його символічна подорож країнами Дунайського басейну. На синьому прапорі у формі рибок зображені прапори усіх країн, де тече річка Дунай. Присутні гості з обох боків Тиси, затамувавши подих, спостерігали за дивовиж-

Green Danube Partnership

On June 1, 2005 Coca-Cola signed a Memorandum of Understanding with the International Commission for the Protection of the Danube River (ICPDR, a UN member). Under the memorandum, Coca-Cola is cooperating closely with local governmental and non-governmental organizations to organize and conduct a series of activities aimed at Danube river protection.

Danube Day is the world's largest river festival celebrated annually on the 29th of June by 80 mln people in 14 countries. Coca-Cola Beverages Ukraine has been a regular partner of the festival since 2005.

The International Danube Day is held in the city of Vylkove in the Kiliysky District of the Odessa region, where a Danube folk festival is held, Ukrainian children and members of Danube clubs also took part in a number of other activities, including the cleaning of Vylkove's canals. The event was aimed at raising awareness among local citizens and authorities on the problem caused by pollution in the streets of Ukrainian Venice.

Since 2007 the event is also held in Zakarpatska Oblast in basin of river Tisza, the largest tributary of Danube. The festival is called “Tisza – youngest sister of Danube”.



2010

The event “Tisza – youngest sister of Danube” took place in village Dilove, Rakhiv rayon, Zakarpatska Oblast. The place is selected symbolically, because Geographical center of Europe is located here, established by Austrian scientists in 19th century already. The program of the Danube Day included several events. Children talent show “Tisza Has a Talent”, Photo exhibition “Green Action”, all-Danube competition “Danube Art Master”. Competition of different regions in Zakarpattya “Tisza Fish Soup” was a tasty competition of soups cooked during the festival. The event was finished with a solemn moment – the transfer of the flag Danube Day across the river Tisza to Romania – that was the beginning of its symbolic trip through the countries of Danube basin. On blue background of the flag the flags of all countries where Danube flows are depicted in the form of fish. The guests from both banks of Tisza with bated breath experienced an amazing event, which symbolized the joining of efforts of all countries for the sake of river safeguarding.

ною подією, яка символізувала єднання всіх країн задля збереження річок.

Загалом участь у заході взяли близько 50 шкіл з Закарпатської та Івано-Франківської областей, а це більше 200 дітей. В цілому на фестивалі були присутні понад 350 людей.

2011

Уквітні на Закарпатті було проведено акцію „Довкілля без сміття”, присвячену захисту річки Тиса.

Захід передбачав освітній екологічний конкурс для школярів, що навчав їх відповідальному ставленню до проблеми засмічення річок. Крім того, за фінансової підтримки нашої компанії було проведено екологічну акцію з розчистки річки від ПЕТ-пляшок. За допомогою спеціального краба-пристрою з русла річки видалили 60 кубометрів пластикового сміття (це приблизно 10 вантажівок), яке потім перевезли на переробку.

Святкування фестивалю „Тиса – молодша сестра Дунаю” традиційно відбулося у червні у селі Ясіня на Рахівщині. Подія зібрала представників п'яти європейських країн, територією яких протікає річка.

Ще у квітні в Ужгороді на зустрічі міністрів екології Румунії, Сербії, Словаччини, Угорщини та України було прийнято рішення про встановлення пам'ятних табличок на виток Тиси, що має на меті знаменувати собою важливість співпраці між усіма країнами басейну задля захисту річки.

25 червня представники міжнародних делегацій, організатори та партнери заходу здійснили незабутню подорож на схил гори Братківська в Українських Карпатах, де на висоті 1240 м над рівнем моря знаходиться виток Тиси, і взяли участь в урочистому відкритті монументу. Кожна країна, за фінансової підтримки Coca-Cola Hellenic, виготовила свою табличку, на якій кожна країна рідною мовою викарбувала наміри по збереженню мальовничої річки: „Об'єднаймо зусилля заради збереження Тиси” (словацькою), „Зроби так, щоб Тиса дарувала прозорі води Дунаю та Чорному морю” (румунською), „Збережи Тису для майбутнього” (сербською), „Спільно за Тису” (угорською), „Тисо, твоя нестримна краса і велич – це спільне багатство п'яти країн” (українською). Особливо приємно, що спеціальне місце на пам'ятній споруді було надано для таблички головного партнера заходу – Coca-Cola Hellenic. Відтепер дунайський логотип Coca-Cola, назавжди викарбуваний на виток Тиси і символізує наше партнерство з урядовими та неурядовими організаціями, науковими установами та місцевими громадами задля збереження життєво важливих водних ресурсів.

Наступного дня у Ясінях відбувся традиційний концерт „Тиса – молодша сестра Дунаю”, на якому школярі презентували пісні та танці на Дунайську тематику, змагалися у конкурсах на ерудицію та художню майстерність. Участь у заході взяли близько 200 дітей зі шкіл Закарпатської області. Усі учасники отримали пам'ятні футболки, а переможці – цінні призи від нашої компанії.

In total around 50 schools of Zakarpatska and Ivano-Frankivska Oblasts participated in the festival, gathering more than 200 children. Overall, around 350 people attended the festival.

2011

The “Environment without wastes” event dedicated to the protection of Tisza River took place in Transcarpathian region in April.

The event included an educational environmental competition for schoolchildren and educated them on responsible attitude to the problem of rivers pollution. In addition, owing to the financial support of our company, the river was cleaned from PET bottles. Using a special device called “crab” 60 cubic meters of plastic wastes (about 10 trucks) were removed from the river for further recycling.



“Tisza – the younger sister of Danube” Festival as usual took place in June in Yasinya village near Rakhiv. The event gathered the representatives of five European countries, where river flows.

In April on Ministerial meeting in Uzhgorod the Environmental Ministers supported the installation of memorial plaques at the source of the Tisza River to underline the significance of the transboundary cooperation between the countries sharing the Tisza River Basin.

On June 25 the representatives of foreign delegations, organizers and partners made a trip to Bratkovska mountain and took part in grand monument opening at the source of Tisza river. Each country with the support of Coca-Cola Hellenic produced own plaque with intentions on beautiful river preservation engraved in it: “Let's unite efforts for the Tisza conservation” (in Slovak), “Let's do so that Tisza would give clean waters to Danube and Black Sea” (in Romanian), „Save Tisza for the future” (in Serbian), “Together for the Tisza” (in Hungarian), “Tisza, your unstoppable beauty and power is the common treasure of five countries” (in Ukrainian). Special place on monument was given for the main partner of event - Coca Cola Hellenic. Since then Green Danube Coca-Cola logo engraved forever at the source of Tisza to commemorate our partnership with governmental and non-governmental organizations, scientific institutions and local communities for the conservation of vital water sources.

A traditional concert “Tisza – youngest sister of Danube” was held in Yaseni the following day, where schoolchildren presented songs and dances on Danube theme, participated in com-

Міжнародний день прибирання берегів водоєм

Міжнародне прибирання берегів водоєм – найбільший у світі захід, коли волонтери сходяться на узбережжя морів, озер, річок, струмків для прибирання сміття. Традиційно у всьому світі цей день відзначається у третю суботу вересня. Компанія «Кока-Кола» в Україні отримала підтримку Глобального Договору ООН в Україні та долучилась до цього руху 2008 року, глобально будучи партнером події від 1996 року.

З 2011 року Компанія «Кока-Кола» в Україні співпрацює з Українським Товариством Охорони Птахів (ТОП) – партнерською організацією Birdlife International. За підтримки Фондації Кока-Кола протягом квітня-вересня було реалізовано проект з прибирання морських узбереж в Криму. Мета проекту – не просто очистити узбережжя від сміття, а й підвищити обізнаність населення щодо шкідливих наслідків забруднення прибережних зон та важливість відповідального ставлення до водних ресурсів. Саме тому, під час кожного прибирання учасники – місцеві волонтери, представники Компанії «Кока-Кола» та ТОП слухали коротку лекцію про роздільний збір сміття, його переробку, а також про те, що Кока-Кола в Україні робить у цьому напрямку.

В результаті трьох прибирань, в яких взяло участь близько тисячі волонтерів було зібрано 15 тон сміття та очищено 10 км прибережної зони.

ЕКОФАН

В кінці 2011 року ми розпочали проект «Кока-Кола Екофан – зміни своє місто до УЄФА Євро 2012 ТМ!». Проект спрямований на те, щоб допомогти українським містам стати гарними господарями УЄФА Євро 2012 ТМ, об'єднати молодь довкола ідеї «еко-філософії» та довести, що люди здатні робити зміни на краще власними силами, все, що їм потрібно – це бажання, особиста ініціатива та творчий підхід.



petitions on erudition and artistic skills. Overall 200 schoolchildren from Zakarpatska Oblast participated in the event. All the participants received T-Shirts, and the winners were awarded with valuable prizes from our Company.

International Coastal Clean-Up

International Coastal Clean-Up is the largest annual global event when teams of energetic volunteers descend on beaches, lakes, rivers, and streams all over the world to clean up trash and debris – along the shores and underwater. It is traditionally marked during the third Saturday of September. Coca-Cola in Ukraine appreciated the support of the UN Global Compact in Ukraine and joined this global movement in 2008, while globally Coca-Cola partners Ocean Conservancy in this event since 1996.



Since 2011 the Coca-Cola Company in Ukraine cooperates with Ukrainian Society for the Protection of Birds (USPB) - partner organization of Birdlife International. Supported by Coca-Cola Foundation the coastal clean-up project was carried out in Crimea in April-September. The aim of the project is not only to clean the coastal area, but also to raise awareness about harmful effect of coastal pollution and promote responsible treatment to water resources. That is why every time the volunteers, Coca-Cola and USPB representatives gathered for a clean-up event, they also listened to a brief lecture on recycling, separating waste collection, and on what Coca-Cola is doing in this area.

As a result of 3 clean-up events, 1 thousand volunteers were engaged, 15 tons of waste collected and 10 kilometers of coastal area cleaned.

ЕКОФАН

At the end of 2011 we've launched the “Coca-Cola Ecofan – Change your city for UEFA EURO 2012™”. The project aimed at helping Ukrainian cities to become better hosts of UEFA EURO 2012™, unite young people around the idea of «eco-philosophy» and prove that citizens can make changes for better by themselves – all they need is willingness, personal initiative and creativity.

Співпраця з Водно-інформаційним центром

2010 року ТМ «Бонаква» - один з брендів Кока-Кола в Україні продовжила співпрацю з комунальним підприємством «Водно-інформаційний центр» (Музей Води), спрямовану на забезпечення розуміння кожною особою проблем водного середовища та зміну ставлення до водних ресурсів.

Щороку спільними зусиллями компанії ТМ «Бонаква» та «Водно-інформаційного центру» проводиться 3 Дні відкритих дверей, які щоразу збирають близько 2000 осіб. Дні відкритих дверей завжди супроводжуються веселою розважальною програмою від компанії ТМ «Бонаква» та проводяться до Всесвітнього Дня Води, Дня Києва та Дня Незалежності України.

А у квітні 2011 року ТМ «Бонаква» та Водно-інформаційний центр разом зустрічали мільйонного відвідувача. Ним став 27-річний киянин Олег Кулик. В нагороду він отримав можливість помилуватись панорамою весняного Києва з оглядового майданчика на даху водогінної вежі, на висоті 127 м над рівнем Дніпра. Також йому вручили посвідчення мільйонного відвідувача, а компанія ТМ «Бонаква» подарувала переможцю місячний запас води.



Завдяки ТМ «Бонаква» територію Водно-інформаційного центру тепер прикрашає чудовий фонтан, а відвідувачі можуть ховатись від дощу чи спеки під красивими парасольками блакитного кольору, які їм подарувала Бонаква.

Близько 2000 осіб щоразу у День відкритих дверей безкоштовно відвідують експозицію Музею, де отримують корисну і цікаву інформацію про воду та раціональне використання водних ресурсів.

Підтримка українських цінностей та значимих для українців подій

Протягом усієї діяльності в Україні метою компанії було створити смачний український продукт та зробити вне-

Cooperation With the Water Information Center

In 2009 Bonaqua TM – one of Coca-Cola brands in Ukraine continued cooperation with Water Information Center (Water Museum), aimed at raising public awareness and understanding of the water-related issues and positive change of public opinion towards water preservation.

Annually Bonaqua TM and Water Information Center hold three Open Doors Days each time attracting around 2000 people. The Open Door Days are organized on the occasion of the World Water Day, Kyiv Day and Independence Day. And in April 2011 Bonaqua TM and Water Information Center were welcoming 1 million visitors. Oleg Kulyk, 27 years old Kyiv citizen has become the lucky one. As a present he had an opportunity to enjoy the view of Kyiv from sightseeing platform of water tower of the museum at the height of 127 m up the level of Dnipro river. He has also been given a certificate of 1 million visitor and Bonaqua TM presented him 1 month water reserve.

Due to Bonaqua TM the beautiful fountain was installed on the territory of Water Museum and visitors can now hide from rain or sun under beautiful blue umbrellas presented by Bonaqua.

Up to 2000 persons visit the Museum for free every time on the Open Doors Day, where they could receive interesting and useful information on water and efficient use of water resources.

Supporting Ukrainian Values and Important Ukrainian Events

Creating delicious Ukrainian products and contributing to the development of the Ukrainian community and its culture has always been a goal for Coca-Cola in Ukraine as this is the company where Ukrainians work and produce beverages of Ukrainian ingredients for the Ukrainian consumers.

Ethnic Festival “Kraina Mriy” (“Country of Dreams”)

“Kraina Mriy” is the largest International Ethnic Festival in Ukraine, and it is of high importance for the Ukrainian community. It aims at rebirthing ancient Ukrainian traditions and folklore as well as introducing other nations’ culture to the Ukrainian audience. Oleg Skrypka, famous Ukrainian singer and leader of the Vopli Vidoplyasova music band, is the founder of this event.

Coca-Cola in Ukraine has become a partner of “Kraina Mriy” in 2007, and is very proud of this partnership. Coca-Cola aims to present unique events and holidays to the Ukrainians, and “Kraina Mriy” is a real festive event. Most of the visitors come here in Ukrainian traditional embroidered shirts – “vyshyvanka” – and some even wear complete traditional costumes. That’s why in 2008 Coca-Cola in Ukraine has launched a contest of embroidered shirts “Embroid with Coca-Cola!”. To take part in it, one should come to the festival in a nice “vyshyvanka”, and take a photo in it. Then, a special jury composed of famous Ukrainian singers headed by Oleg Skrypka, selects best of the best.

сок до розвитку українського суспільства та його культури, адже «Кока-Кола» в Україні – це компанія, в якій працюють українці, які виробляють продукт з українських інгредієнтів для українських споживачів.

Етнофестиваль «Країна мрій»

«Країна Мрій» — це міжнародний етнофестиваль, який є визначною подією для українського суспільства. Його метою є не лише відродити давні українські традиції та фольклор, але й ознайомити українського глядача з елементами етносу інших народів. Засновником його є відомий український співак та лідер гурту «Воплі Відоплясова» *Олег Скрипка*.

2007 року «Кока-Кола» в Україні стала партнером фестивалю «Країна Мрій». Компанія надзвичайно пишається цим партнерством, оскільки прагне дарувати українцям унікальні події та свята.

«Країна мрій» - це справжнє свято, і більшість відвідувачів приходять сюди у вишиванках та навіть повних українських традиційних строях. Тому 2008 року компанія «Кока-Кола» започаткувала конкурс вишиванок «Вишивай з Кока-Кола!». Для того, щоб взяти у ньому участь, необхідно просто прийти на фестиваль у гарній вишиванці та потрапити на очі спеціальному фотографу. А далі найкращих обирає журі у складі відомих українських співаків на чолі з Олегом Скрипкою.

Усвідомлюючи все більшу популярність Інтернету та соціальних медіа, 2011 року компанія «Кока-Кола» порадувала й он-лайн прихильників фестивалю. Так, у найбільш популярних соціальних мережах Facebook та VKontakte було оголошено 3 конкурси: на найкраще фото у вишиванці, найкращу історію про враження від фестивалю та найкращий дизайн логотипу фестивалю. Близько 200 учасників прислали свої роботи на конкурси. Переможці отримали цінні призи. Ті ж, кому не вдалось прийти на фестиваль могли насолоджуватись його прямою трансляцією в мережах Twitter та Facebook. Також, вперше за історію «Країни Мрій» було організовано безкоштовну WiFi зону - і все це завдяки Кока-Кола!

Щороку фестиваль «Країна мрій» відвідує близько 200 тисяч осіб.

Еко-культурний фестиваль «Трипільське Коло»

«Трипільське Коло» - це чотириденний еко-культурний фестиваль, який щорічно проходить у м. Ржищів неподалік Києва. Назва фестивалю походить від назви стародавньої Трипільської цивілізації, залишки якої було знайдено близько 100 років тому на території Ржищева і яка була визнана найчисельнішою та найбільш розвиненою цивілізацією на території Європи у 4-3 ст. до н.е.

Концепція фестивалю дуже співзвучна з цінностями Компанії «Кока-Кола»: пропаганда активного, здорового способу життя, екологічних ідей та підтримка українських традицій. Тож, у 2010-2011рр. бренд компанії Кока-Кола «Ярило» - квас живого бродіння долучився до фестивалю як партнер.

Програма фестивалю включає як розважальні, так і освіт-



Understanding the growing value and popularity of digital media, in 2011 the Coca-Cola Company also brought exciting activations to on-line admirers of the festival. Three on-line contests were announced on the most popular social networks VKontakte and Facebook: photo-contest – best picture in “vyshyvanka”, contest for best design of “Country of Dreams 2012” logo, best “festival impressions” story contest. Around 200 people submitted their works for contests. Winners received valuable prizes. Those who did not manage to come for the festival could enjoy it broadcasted live on Twitter and Facebook. And for the first time in the history of the festival free WiFi zone was organized and all this due to Coca-Cola!

Around 200 000 persons visit “Kraina Mriy” every year.

“Trypilske Kolo” Eco-Cultural Festival

Trypilske Kolo is a four day festival that takes place annually in the town of Rzhyschiv, Kyiv region. Festival’s name correlates with ancient Trypillian culture – the biggest and most developed European civilization of IV-III century B.C., discovered 100 years ago on the territory of Rzhyschiv.

The concept of the festival greatly corresponds to some of the key values of Coca-Cola – active lifestyle, ecological friendliness and Ukrainian traditions promotion. That is why “Yarylo” kvas – fermented live beverage, Coca-Cola Ukraine’s brand became the partner of the festival in 2010-2011.

The program of the festival usually has educative and entertaining elements: master-classes, trainings, discussions of environmental and active healthy living topics, as well as performances by popular Ukrainian and foreign bands.

Approximately 5000 participants visit the festival annually.

Festival of Children’s Reading “Knyhomania”

In 2007 Coca-Cola Ukraine sponsored the Publishers’ Forum which takes place every year in L’viv, a unique social, cultural and intellectual event in the Ukrainian calendar. The Nation-

ні заходи: майстер-класи, тренінги, дискусії на тему екології та здорового способу життя, а також, виступи відомих українських та зарубіжних гуртів.

Близько 5000 осіб відвідують фестиваль «Трипільське Коло» щорічно.

Фестиваль дитячого читання «Книгоманія»



2007 року Кока-Кола в Україні долучилася до організації Форуму видавців у Львові, який є унікальною соціальною, культурною та інтелектуальною подією року. Окремими заходами Національний форум видавців заохочує до культури читання дітей та молоді. Це – Фестиваль дитячого читання «Книгоманія» та Всеукраїнський конкурс «Найкращий читач України», які продовжує підтримувати компанія «Кока-Кола». Цей конкурс охоплює школярів в усіх регіонах, а найкращі з них – переможці регіональних конкурсів – отримують у подарунок поїздку до міста Львова, де вони мають можливість зустрітись з відомими письменниками та співаками, а також взяти участь в інтерактивних спектаклях, вікторинах та квестах.

До 200 000 школярів в усіх регіонах щороку бере участь у конкурсі «Найкращий читач України».

Близько 60 фіналістів приїжджає до Львова для участі у завершальному етапі конкурсу та фестивалі «Книгоманія».

Співпраця з національним культурно-мистецьким та музейним комплексом «Мистецький Арсенал»

«Мистецький Арсенал» сьогодні є одним з найбільш перспективних проектів у галузі культури України, а у майбутньому має стати одним із найпотужніших світових музейно-виставкових комплексів.

У лютому 2011 року благодійним фондом «Мистецький Арсенал» було започатковано Клуб друзів Мистецького Арсеналу з метою всебічного сприяння розбудові музейного

al Publishers' Forum organizes special events to encourage reading among children and youth – the Festival of Children's Reading "Knyhomania" and the Ukrainian contest "Ukraine's Best Reader", which Coca-Cola has supported for three consecutive years. This contest encompasses the schoolchildren in all regions across Ukraine, and the best of them – winners of the regional rounds – are granted with a trip to Lviv, where they meet famous writers and artists, as well as take part in interactive performances and quizzes.

Around 200 000 young competitors take part in the contest "Ukraine's Best Reader" every year.

Around 60 regional winners arrive to Lviv for the finals during the "Knyhomania" Festival.

Cooperation With National Cultural-Art and Museum Complex "Mystetskyi Arsenal"

"Mystetskyi Arsenal" is one of Ukraine's most promising projects in the cultural field, and it is to become one of the world's largest museums and exhibition spaces in future.

Mystetskyi Arsenal Friends Club was founded by "Mystetskyi Arsenal" Charitable Foundation in February 2011 to promote comprehensive development of National cultural-art and museum complex "Mystetskyi Arsenal" and spread the traditions of philanthropy in Ukraine. Card of Number One Corporate Member was passed to the "Coca-Cola Beverages Ukraine Limited".

In 2011 the Company participated in two projects – "Space Odyssey 2011" and "Independent 1991-2011".

The exhibition of Contemporary Art "Space Odyssey 2011" was dedicated to the 50th anniversary of the first human space flight. The Company was presented by a separate exhibit – Mykyta Vlasov's work "Rocket" 3m high, made of Coca-Cola cans.



комплексу «Мистецький Арсенал» та поширення традицій мистецтва в Україні. Компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна найпершою приєдналася до Клубу та отримала картку корпоративного учасника № 1.

Упродовж 2011 року компанія взяла участь у двох масштабних експозиціях – «Космічна Одиссея 2011» та «НЕЗАЛЕЖНІ 1991-2011».

Виставка сучасного мистецтва «Космічна Одиссея 2011» проходила у «Мистецькому Арсеналі» у квітні 2011 року з нагоди 50-річчя від дня першого польоту людини у космос. Компанія була представлена окремим експонатом – роботою Микити Власова «Реактивна ракета» у три метри заввишки, що була виготовлена з жерстяних баночок Кока-Кола.

До речі, у компанії Кока-Кола є своя сторінка в історії космосу: 1985 року Соса-Сола стала першим напоєм, який астронавти вживали на борту космічного корабля.

У серпні-вересні 2011 року у «Мистецькому Арсеналі» відбувся проект «НЕЗАЛЕЖНІ 1991-2011» – перша спроба масштабно окреслити феномен сучасного українського мистецтва, яке народилося разом із новою країною. Поряд із роботами українських митців було представлено сім етно-пляшок Кока-Кола, що були створені студентами Української Академії мистецтв.

Також у вересні 2011 року компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна була оголошена офіційним провайдером безалкогольних напоїв для музейного комплексу «Мистецький Арсенал». Під час офіційної зустрічі тодішнього генерального директора Компанії Жана-Ноеля Рено з генеральним директором Мистецького Арсеналу Наталією Заболотною, на згадку про закріплення партнерства було встановлено пам'ятну табличку на стіні музею.

«Мистецький Арсенал» – один із найавторитетніших проектів на культурній арені України і співпраця з ним є надзвичайно почесною для нас.

Реставрація Підгорецького замку

У травні 2011 року Компанія долучилася до реставрації однієї з найбільших пам'яток архітектури на території України – Підгорецького замку у Львівській області, який було збудовано у XVII столітті і який довгі роки був одним з найкращих в Європі зразків мистецтва. У заході взяла участь волонтери з Львівської філії Компанії та головного офісу, загалом команда з 20 осіб, які долучились до реставрації замку під керівництвом та за безпосередньою участю легендарної особистості – незмінного Директора музейних комплексів Львівщини, Героя України, 85-ти річного Возницького Бориса Григоровича.

Волонтери рівняли бордюри у парковій зоні, вкладали старовинні кам'яні плити та викорчували бур'яни. Наразі, через недостаток фінансування, замок переживає скрутні часи, і волонтери Компанії власним прикладом продемонстрували, як можна допомогти працівникам замку зберегти пам'ятку архітектури.

Партнером проекту став благодійний фонд «Підгорецький замок», який допоміг організувати захід на території Підгорецького замку та забезпечив інформаційну підтримку.

By the way, the Coca-Cola Company has its own page in space history: in 1985 Coca-Cola was the first drink to be used on board a spaceship.

In August-September 2011 the project "Independent 1991-2011" took place in "Mystetskyi Arsenal". It was the first large-scale attempt to describe the phenomenon of modern Ukrainian art, which was born together with a new country. Along with the works of Ukrainian artists, 7 ethnic Coca-Cola bottles, created by students of the Ukrainian Art Academy, were presented.

In September 2011 Coca-Cola Beverages Ukraine Limited was announced an official soft drinks provider for the museum complex "Mystetskyi Arsenal". During the official meeting, a plate of partnership was placed on the wall of the museum by Jean-Noel Reynaud, the then Coca-Cola Beverages Ukraine general manager and Natalia Zabolotna, Mystetskyi Arsenal director.

"Mystetskyi Arsenal" is one of Ukraine's most promising projects in the cultural field, and collaboration with it is considered an extremely honorable for us.

Pidhoretskyi Castle Restoration

In May 2011 our company joined the restoration of one of the most ancient castles on the territory of Ukraine – Pidhoretskyi Castle, Lviv region, which was built in XVII century and which was glorified in all Europe around as the unique example of art. The team of Coca-Cola Beverages employees from Head Office and the volunteers from Lviv Branch, altogether 20 participants, zealously joined the castle restoration under the direction and direct participation of 85-year-old Borys Grigorovych Voznytsky, unflinching Director of museum complexes in Lviv Region, Hero of Ukraine. The volunteers dubbed curbs in parking area, laid old stone flags, grubbed up weeds. At present, due to financial shortage, the castle has hard times and Company volunteers showed by their personal example how we can help in protecting the architectural monument.



The partner of the project – the Charitable Foundation "Pidhoretskyi Castle" – helped to organize the event and to maintain information support.

Доброчинність

Співпраця з Червоним Хрестом

Партнерство компанії „Кока-Кола Беведріжиз Україна” та Товариства Червоного Хреста України розпочалося ще наприкінці 2009 році під час спалаху епідемії грипу H1N1 в Україні. Компанія Кока-Кола підтримала Товариство Червоного Хреста та допомогла здійснити логістичні операції через свою систему дистрибуції. Протягом перших 48 годин після спалаху медичні препарати та інформаційні матеріали були розповсюджені по всій країні.

2010 року Західна Україна потерпала від сильних повеней. Постраждало близько 32 тисяч людей. Будинки та сільськогосподарські угіддя були затоплені, мости і автомобільні дороги – пошкоджені або розмиті. Ми надали Товариству Червоного Хреста 60 000 літрів питної води, нестачу якої дуже гостро відчували постраждалі люди, а також самостійно доставили воду до місць призначення

2011 року Товариству Червоного Хреста було надано 350 тисяч літрів напоїв, які були розповсюджені по всій країні серед соціально незахищених верств населення.



Наступним кроком було вирішено підписати довгострокову угоду про партнерство, яка передбачатиме виконання спільних проектів та програм, спрямованих на реагування на надзвичайні ситуації, підтримку людей з особливими потребами, самотніх громадян похилого віку та інших соціально незахищених верств населення.

Співпраця з Фондом АнтиСнід

Проблема епідемії ВІЛ/СНІДу продовжує залишатись актуальною в цілому світі. Як не прикро, але Україна займає одне з перших місць за рівнем поширення захворювання. За підрахунками експертів, станом на 2011 рік 1.25 % дорослого населення України є ВІЛ-позитивними – це найвищий показник у Європі. Особливо сумним є те, що 80% інфікованих – люди, молодші 30 років.

Не бажаючи залишатись осторонь, компанія Кока-Кола у 2010 році об'єднала зусилля із Фондом Олени Пінчук АнтиСнід у боротьбі з цією страшною проблемою.

Так, рік тому стартував проект під назвою «Safe Connection»,

Charity

Cooperation With Red Cross

Partnership between Coca-Cola Beverages Ukraine and the Red Cross Society of Ukraine started in 2009 in response to the H1N1 flu outbreak in Ukraine. Coca-Cola has provided its distribution system to support the Red Cross with the logistics services. Within the first 48 hours after the outbreak, medical supplies and information materials were delivered across the whole country.

In 2010 western Ukraine suffered severe floods. About 32 thousand people were affected. Houses and agricultural lands were flooded; bridges and motor roads were damaged and washed away. We have supported communities by providing the Red Cross with 60 thousand liters of drinking water, one of the most critical needs for the suffered people, as well as delivered it to the site.

In 2011, Coca-Cola has provided the Red Cross with 350 thousand liters of beverages, which were distributed country-wide to socially vulnerable people.

As a next step in cooperation it was decided to sign a long-term Partnership Agreement, which will cover development of joined projects and programs aimed at emergencies response, support for people with disabilities, lonely elderly and other socially vulnerable people.

Cooperation With AntiAIDS Foundation

Unfortunately, the problem of HIV/AIDS is becoming more and more dramatic for our country. Ukraine has one of the fastest growing HIV/AIDS epidemics in the world. Experts estimated that in 2011 1.25% of the adult population of Ukraine was infected with HIV, the highest number in Europe. What's even sadder, around 80% of HIV-positive people are under 30 years old.

In order not to stay aside of the problem Coca-Cola in Ukraine united its efforts with Elena Pinchuk AntiAIDS Foundation in 2010. Jointly they initiated the "Safe Connection" project aiming at raising awareness about HIV/AIDS among youth and promoting active lifestyle.

The project started with Internet survey to measure the rate of awareness of Ukrainian Internet users about HIV/AIDS. Results were really pessimistic and showed that only 5% of Ukrainian Internet users show interest in the problem. Therefore, Internet platform for information dissemination on HIV/AIDS was created. The Safe Connection pages in Facebook and VKontakte united young people who could discuss HIV/AIDS topics, safe sex or chat with experts on-line. In 6 months the number of Safe Connection users amounted to 1500 people.

The next stage of the project took place in summer 2011 during Kazantip electronic music festival. The Safe Connection Zone was created there, where everyone could participate in training held by Oleksandr Pedan – famous Ukrainian TV presenter.

Over 800 people participated in training. Additionally, Coca-Cola and AntiAIDS Foundation announced a contest among bloggers who were to describe their 12 principles of active healthy living. The winner received free "visa" to the festival.

метою якого було просвітницька діяльність серед молоді щодо проблеми ВІЛ/СНІДу та пропаганда активного здорового способу життя.

Проект розпочався із визначення рівня обізнаності українських інтернет-користувачів щодо проблеми ВІЛ/СНІДу. Результати виявились справді невтішними і показали, що лише 5% українських інтернет-користувачів виявляють зацікавленість до так званої «чуми ХХІ ст.». Тож наступним етапом проекту стало створення інтернет-платформи для просвітницької діяльності серед української молоді. У двох найпопулярніших соціальних мережах – Facebook та Vkontakte було створено сторінки Safe Connection. На цих сторінках молодь могла брати участь у дискусіях на тему ВІЛ/СНІДу, безпечного сексу та активного способу життя. Також, підлітки могли обговорювати тему ВІЛ/СНІДу з експертами в режимі он-лайн. Вже за півроку сторінки Safe Connection змогли зібрати більше 1500 прихильників.

Наступний етап проекту відбувся влітку 2011 року на території фестивалю електронної музики Казантип, де було організовано зону Safe Connection. Всі бажаючі могли прослухати тренінг на тему здорового способу життя, який проводив Олександр Педан – відомий український телеведучий. Близько 800 людей прослухали тренінг. Також, Кока-Кола та Фонд Анти СНІД оголосили конкурс серед українських блогерів. За умовами конкурсу потрібно було описати 12 принципів здорового способу життя. Переможець отримував безкоштовну «візу» на Казантип.

Вже на сьогодні спільними зусиллями компанії Кока-Кола та Фонду Анти СНІД в рамках проекту вдалось охопити аудиторію близько 9.7 млн. чоловік. Всі ці люди змогли розширити свої знання про ВІЛ/СНІД, шляхи його передачі та способи профілактики захворювання.

Візити до дитячих будинків

Новий рік – це радісне свято для дорослих і дітей, і через благодійні акції та залучення своїх співробітників, компанія «Кока-Кола» допомагає створювати святковий настрій тим, хто позбавлений батьківської турботи.

Зокрема, 2010 року співробітники Компанії відвідали дітлахів із СОС-містечка в м. Бровари, дитячого центру «Сонячне світло» у м. Требухів та дитячого соціально-реабілітаційного центру «Свобода» у с.м.т. В. Димерка, подарували їм справжнє свято від Санти та багато подарунків. Продовжуючи цю чудову традицію, 2011 року співробітники компанії збрали подарунки та завітали до дитячого будинку «Надія» у с. Мокрець та дитячого соціально-реабілітаційного центру «Свобода» у с.м.т. В. Димерка. Також було організовано візит до вихованців спеціалізованої школи-інтернату для дітей із вадами психічного розвитку. Цього разу до візиту приєднався давній партнер компанії Кока-Кола – Спеціальна Олімпіада України. Кожен співробітник був відповідальний за 2-х дітей та особисто обирав їм подарунки. А розважав малечу, як завжди, веселий Санта та його помічники. Близько 100 вихованців інтернату отримали привітання та подарун-

As of today jointly Coca-Cola and AntiAIDS Foundation managed to reach the audience of 9.7mln people by project's activities. All these people became more educated about HIV/AIDS, ways of its transmission and prevention.

Visits to Orphanages

New Year's Day is a very anticipated holiday for children as well as adults, and Coca-Cola, through charitable events and employee engagement, contributes to creating festive mood for those who have no parental care.



In particular, in 2010 the employees of the Coca-Cola company visited children in "SOS Children Village" in Brovary, "Sunshine Children Center" in Trebuhiv and "Svoboda" a social-rehabilitation center in Velyka Dymarka and brought children real holiday from Santa. Continuing this great tradition, in 2011 the employees gathered presents and visited "Nadiya", a children's orphanage in Mokrets' village and "Svoboda", social-rehabilitation center in Velyka Dymarka. Also, a visit to a specialized school for children with mental disabilities took place in December. This time the company's longstanding partner – Special Olympics Ukraine joined us. Every employee was responsible for 2 children and chose presents for them. Santa and his team were entertaining the kids as usual. Around 100 children received presents while the best present for the Coca-Cola Company was the smiles on children's faces.

Recognition of Charitable Activity

In 2007, several charitable organizations in Ukraine – the national charitable fund "Children's World", the Ukrainian Forum of Grantors, and the International Charitable Fund "Ukraine 3000" – joined together to establish an annual competition for the title "Charitable Company of the Year". The awarding ceremony, when the charitable activity of various companies is summed up, is held in December every year since then.

Coca-Cola Ukraine received the award several times, thus receiving public recognition of its charitable projects that include assistance for orphans support for a variety of charitable organizations and social projects aimed at encouraging active

ки, найкращою ж подякою для компанії Кока-Кола були дитячі усмішки.

Визнання благодійної діяльності

За ініціативи кількох благодійних організацій — Всеукраїнського благодійного фонду «Дитячий світ», Українського форуму грантодавців та Благодійного фонду «Україна 3000» — 2007 року започатковано конкурс «Благодійник Року». Церемонія нагородження, на якій підбивають підсумки благодійної діяльності компаній та інших організацій, відбувається щороку у грудні.

Компанія Кока-Кола в Україні неодноразово отримувала нагороди, які засвідчують суспільне визнання наших проєктів — це допомога сиротинцям, благочинним фондам та корпоративні соціально відповідальні проєкти, спрямовані на підтримку здорового способу життя і розвиток екологічних ініціатив.

Також, представник компанії «Кока-Кола» входить до складу Жюри конкурсу «Благодійник Року», що є надзвичайно почесним, адже до складу Жюри запрошуються експерти з питань соціального розвитку та благодійності, які відповідають кваліфікаційним вимогам та мають необхідний досвід для визначення кращих зразків благодійності згідно з критеріями конкурсу та в певних номінаціях.

Співпраця зі ЗМІ

Університет журналістської майстерності

2010 та 2011 рр. продовжив свою роботу *Університет Журналістської Майстерності*, співзасновниками якого є компанія «Кока-Кола» в Україні та Асоціація видавців періодичної преси. Щороку в рамках університету проводяться навчальні модулі для молодих регіональних журналістів. Модуль 2010 року був присвячений стандартам інтернет журналістики та соціальним медіа. Темою п'ятого модуля — 2011 року — стали «Навички написання спортивних статей».

Головною «фішкою» Університету у 2011 році стало те, що вперше він проводився у форматі медіа - кафе. Молоді журналісти зібрались в одному з київських пабів, де вони переглянули футбольний матч, після чого писали статтю про нього. Відомий український журналіст провів оцінку статей та поділився своїми міркуваннями зі студентами. Також, вперше молодим журналістам було запропоновано вийти зі своїми роботами в Інтернет-простір, на що вони радо відгукнулись і розмістили свої статті на сторінці Університету на Facebook. 20 молодих журналістів з 15 регіонів по всій Україні взяли участь у 5-му модулі Університету Журналістської Майстерності.

Близько 100 молодих журналістів з різних регіонів України пройшло навчання в Університеті протягом 2010–2011рр.

lifestyle and protecting the country's vital environmental and water resources.

Also, the representative of the Coca-Cola Company is a member of the jury of the Charitable Company of the Year contest, which is a great honor as only experts on social development, who correspond to a set of requirements and have relevant experience to identify the best charity cases are invited to become members of the jury.

Cooperation With Media

University of Journalists' Skills

In 2010 and 2011 the *University of Journalists' Skills* continued its work. It was jointly founded by Periodicals Publishers Association and Coca-Cola System in Ukraine. Educative modules for young journalists from Ukrainian regions are held on the platform of the University. The module of 2010 focused on standards of Internet journalism and social media. The topic of the 5th module in 2011 was "Skills of sports articles writing"



The main peculiarity of this module was its format - media-café. For the first time young journalists gathered in one of Kyiv's pubs to watch a football match and write an article about it. Famous Ukrainian journalist analyzed the articles and shared his thoughts about them with young ones who wrote the articles. Also, for the first time participants were offered to publish their works on-line on the University's web page and on Facebook. 20 young journalists from 15 regions in Ukraine took part in the 5th module of the University of Journalists' Skills.

Around 100 young journalists attended the University in 2010-2011.

Press Club Aqua

In 2010 and 2011 the *Press Club Aqua* meetings continued". The Press Club Aqua was established in 2009 by Kyiv Water Information Center, Ukrainian Periodicals Publishers Association and All-Ukrainian Public Organization "Consumers Union of Ukraine", and supported by TM BonAqua. The main aim of the Club is to create comfortable environment to distribute and exchange information, and to provide opportunities for direct communication among the mass media representatives and various experts in water-related areas.

Прес-клуб Аква

2010-2011 рр. продовжились засідання прес-клубу «Аква», що був організований 2009 р. за підтримки ТМ «BonAqua» та ініціативи КП «Водно-інформаційний центр», Української Асоціації Видавців Періодичної Преси (УАВПП) та Всеукраїнської громадської організації «Союз споживачів України». Головною метою клубу є створення комфортного середовища для поширення і отримання інформації представниками ЗМІ для прямої комунікації з фахівцями з різних галузей, які мають пряме відношення до проблем води у найширшому розумінні.

Під час засідань клубу у 2010-2011 рр. обговорювались питання важливості споживання натуральної води, проблеми постачання питної води у місті.

Загалом, з початку існування клубу, в його засіданнях взяло участь близько 100 журналістів та 25 експертів.

ТМ «BonAqua» зацікавлена, щоб люди були освічені у питаннях споживання питної, зокрема бутильованої води. Як соціально відповідальний бренд, вона підтримує Клуб, який озброєно журналістів необхідними знаннями, які вони пізніше доносять до аудиторії. Клуб «Аква» збирає журналістів на регулярній основі вже 3-й рік поспіль.

Присмак свята

Особливий новорічний подарунок кожного року від «Кока-Кола» в Україні отримують діти українських журналістів. Напередодні новорічних свят компанія запрошує до себе маленьких гостей з їх батьками на перегляд казкової вистави, знайомство з клоунами і Дідом Морозом. Жодне свято не закінчується без подарунків. Більше 450 дітей та їх батьків-журналістів з 20 провідних українських періодичних видань та телевізійних каналів щорічно приходять на новорічне свято від «Кока-Кола».

Новий Рік від Кока-Кола дуже полюбився як дітям, так і батькам, адже щороку після свята на адресу Кока-Кола приходять десятки листів-подяк та позитвних відгуків від учасників.

На шляху до майбутнього

Уявіть світ іншим, кращим. Світ, у якому усі люди мають доступ до чистої води, де пакування продовжує служити після свого первинного використання, і де суспільство здорове і багате. Це наше бачення майбутнього.

Система компанії «Кока-Кола» прагне працювати так, щоб вносити тривалі позитивні зміни. Ми невпинно впроваджуємо інноваційні рішення, щоб наша продукція продовжувала бути доступною та вигідною для довкілля та громад, яким ми служуємо. Ми переконані у тому, що зростання бізнесу залежить від інвестицій в економічний, екологічний та соціальний розвиток громад.

The meeting of the club in 2010 and 2011 focused on the importance of natural water use and problems of water supply in cities.

In general, around 100 journalists and 25 experts took part in the club's meetings since it was established.



TM «BonAqua» is interested in public education on consumption of drinking water, bottled water in particular. Being a socially responsible brand, it supports the club, which equips the journalists with necessary knowledge to be later rendered to public. Club «Aqua» holds its sessions regularly for 3 years already.

A Taste of Celebration

Every year, the children of Ukrainian journalists receive special New Years' gifts from Coca-Cola Ukraine. On New Year's Eve the Company invites the little ones with their parents to a celebration where they can watch a fairy-tale performance and meet clowns and Father Frost. Every festival ends with the distribution of gifts.

Over 450 children and their parents-journalists from 20 leading Ukrainian periodicals and TV channels annually attend New Year parties from Coca-Cola.

These parties have become really loved by children and parents, who send dozens of thank-you letters and positive feedbacks to Coca-Cola every year.

Meeting the Challenges Ahead

Imagine a better world. A world where all people have access to safe water, where packaging has a life beyond its original use, and where communities are healthy and prosperous. This is our vision.

The Coca-Cola System is committed to making a lasting, positive difference in the world. We are constantly innovating to keep our products affordable and make our business more environmentally and economically beneficial to the communities we serve. And we believe that investing in the economic, environmental and social development of communities will help business to grow.

Нагороди та відзнаки

Працюючи на українському ринку, «Кока-Кола Україна» досягла вагомих професійних, виробничих та громадських успіхів, про що свідчать численні нагороди та відзнаки. Серед них:

- **2011** - „Лідер природоохоронної діяльності 2011” за участь у загальноукраїнському проєкті „Екологія, довкілля та природокористування в Україні”.
- **2011** — національна премія „Made-in-Ukraine-2011: найкращий партнер року”, категорія „Безалкогольні напої”.
- **2011** — почесні дипломи переможця XIV Міжнародного органолептичного конкурсу у номінаціях „Питна вода” та „Безалкогольні напої”.
- **2010** — «Країні Роботодавці» в Центральній та Східній Європі, категорія «Великі Компанії» (дослідження Hewitt Associates).
- **2010** — національна премія „Made-in-Ukraine-2010: найкращий виробник в Україні”, категорія „Солодкі безалкогольні напої”.
- **2010** — нагорода „ТОП-100. Найкращі топ-менеджери України”.
- **2010** — напій Кока-Кола — переможець у номінації „Продовольчі товари” Всеукраїнського конкурсу якості продукції „100 кращих товарів України”.

Словник термінів

Асептична лінія — виробнича лінія, що здійснює розлив продукції в умовах, що забезпечують відсутність хвороботворних мікробів і бактерій.

Ботлери — суб’єкти господарювання, які виробляють, продають та здійснюють дистрибуцію напоїв торгових марок The Coca-Cola Company на умовах франшизи.

Ботлер-завод — потужності з виробництва напоїв, у тому числі склади, виробничі ділянки, інші будівлі та обладнання. У Звіті також згадується як «завод».

Глобальний Договір ООН — це ініціатива, спрямована на сприяння соціальній відповідальності бізнесу та підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення більш стабільної та всеохоплюючої економіки.

Дистрибуція — це потік операцій, що включає доставку продукції зі складу на ринок, продаж, мерчандайзинг та управління розрахунками.

Еко-бокс — пристрій, що використовується в обладнанні для зменшення споживання електроенергії.

Замовник — точка роздрібною торгівлі, ресторан чи будь-яка інша бізнес-одиночка, що продає продукцію компанії Кока-Кола споживачам.

Індекс сталого розвитку Доу Джонса — світовий фондовий індекс сталого розвитку, один із найважливіших міжнародних показників оцінки КСВ, запроваджений 1999 року за ініціативою міжнародної бізнес-спільноти.

КСВ (корпоративна соціальна відповідальність) — концеп-

Awards and recognitions

Operating in the Ukrainian market, the Coca-Cola system in Ukraine has received numerous awards in recognition of its achievements in business, product innovation, high-quality production and corporate citizenship. In particular:

- **2011** — “Leader of Environmental Protection” for Participation in the all-Ukrainian project “Environmental Protection in Ukraine”.
- **2011** — “Made in Ukraine 2011 — Best Partner of the Year” national award, category “Soft carbonated drinks”.
- **2011** — XIV International Organoleptic Contest, winner in nominations “Drinking Water” and “Non-Alcoholic Beverages”.
- **2010** — “Best Employer in Central and Eastern Europe” regional award (Research by Hewitt Associates Company).
- **2010** — “Made in Ukraine 2010 — Best Producer” national award, category “Soft carbonated drinks”.
- **2010** — “TOP 100. Best Top-Managers of Ukraine”.
- **2010** — “100 Best Products of Ukraine” national award, nomination — “Consumer goods”, beverage — Coca-Cola.

Glossary of terms

Aseptic line — production line that allows producing beverages in a process, which ensures lack of disease causing microbes and bacteria.

Bottlers — Business entities that sell, manufacture, and distribute beverages of The Coca-Cola Company under a franchise agreement.

Bottling plant — A beverage production facility, including associated warehouses, workshops, and other on-site buildings and installations. In this report also referred to as «production plant».

UN Global Compact (UNGC) — A network-based initiative which aims to promote responsible corporate citizenship and enlists the support of the business sector in achieving a more sustainable and equitable global economy.

Distribution — Getting the product from bottling plant to the marketplace; includes sales, delivery, merchandising and local account management.

Eco-Box — device managing the energy use in equipment to lower the energy intake.

Customer — Retail outlet, restaurant or any other business that sells Coca-Cola products to consumers.

Dow Jones Sustainability Index (DJSI) — A global indices tracking performance of the most sustainable companies worldwide, launched in 1999.

CSR (Corporate Social Responsibility) — a concept whereby organizations take responsibility for the impact of their operations on environment, society and economy.

ція, згідно з якою компанія бере на себе відповідальність за свій вплив на довкілля, суспільство та економіку.

Літр (літрів виготовленої продукції) — одиниця вимірювання групи екологічних показників.

НУО — неурядова організація

ПЕТ (поліетилентерефталат) — термопластик, найбільш поширений представник класу полієфірів. ПЕТ може бути повторно перероблений на нову упаковку, одяг, килимові покриття та промислові матеріалів.

Преформи — ПЕТ-заготовки для видування пляшки.

Споживач — особа, що споживає напої компанії Кока-Кола.

СНП завод (когенераційний завод) — теплоелектростанція по виробництву електроенергії, пару та вуглекислого газу в комбінованому процесі.

GRI (глобальна ініціатива зі звітності) — рекомендації, що містять набір критеріїв, на яких будується звітність з КСВ показників.

ISO — Міжнародна Організація зі Стандартизації

ICPDR — Міжнародна комісія із захисту ріки Дунай

R290 холодоагент — природний ефективний екологічно безпечний холодоагент, у якого нульовий потенціал руйнування озонного шару і дуже низький потенціал глобального потепління.

SAP WAVE 2 — нова інтегрована система управління ланцюгом операцій та підвищення рівня задоволеності клієнтів.

Liters of produced beverages (lpb) — Unit of reference for environmental indicators.

NGO — Non-Governmental Organisation.

PET (Polyethylene Terephthalate) — a thermoplastic polymer resin of the polyester. PET can be recycled into new containers, clothing, carpeting and industrial materials.

Preforms — PET forms which are blown into PET bottles.

Consumer — Person who drinks beverages of Coca-Cola.

CHP plant (combined heat and power plant) — a power generation system that can produce power, heat, cooling and CO2 in a combined process.

GRI (Global Reporting Initiative) — The GRI sustainability reporting guidelines are the most widely used framework for reporting CSR performance.

ISO — International Standards Organisation.

ICPDR — International Commission for the Protection of the Danube River.

R290 cooling agent — highly efficient climate-friendly cooling agent, which does not deplete the ozone layer and never causes the global warming.

SAP WAVE 2 — new integrated system of managing entire chain of operation and improving level of client satisfaction.

Таблиця відповідності стандарту GRI / GRI index

Екологічні показники / Environmental data table

GRI	Показник/Indicator	Relative amount 2010	Relative amount 2011
	Використання ресурсів / Row Materials	g/lpb	g/lpb
	Цукор <i>Sugar from beets</i>	51,96	60,13
	Концентрат <i>Concentrate</i>	23,26	19,01
EN1	ПЕТ <i>PET (bottles)</i>	26,75	25,9
	Пластикова кришка <i>Plastic (clouser)</i>	2,63	2,61ц
	Стреч плівка та термоусадка <i>PE (strench/shrink)</i>	2,85	2,78
	Алюміній <i>Aluminium (cans)</i>	1,58	0,94
	Паперова етикетка <i>Paper (label)</i>	0,004	0,016
	Використання енергії / Energy	MJ/lpb	MJ/lpb
	Пряме використання енергії <i>Direct energy use</i>	0,72	0,81
	Електропостачання <i>Electricity</i>	0,29	0,29
EN3	Дизельне паливо <i>Light fuel oil</i>	0,001	0,001
	Мазут <i>Heavy fuel oil</i>	0,00	0,00
	Природний газ <i>Natural gas</i>	0,01	0,01
	Зріджений газ <i>LPG</i>	0,03	0,02
EN8	Використання води / Water usage	MJ/lpb	MJ/lpb
	Водозабір <i>Water used</i>	2,27	2,34
	Загальна територія заводу <i>Total amount of land woned</i>	25,6 ha	25,6 ha
EN21	Обсяг водовідведення <i>Quantity of wastewater discharge</i>	0,80 million litres	0,67 million litres
	Хімічний показник утворення кісню в воді <i>Total COD produced</i>	37,9 mg/l	38,85 mg/l
	Утворення відходів / Waste	g/lpb	g/lpb
	Загальне утворення відходів <i>Total amount of waste</i>	5,09	3,98
EN22	Перероблені відходи <i>Recycling and energy recovery</i>	85,98	86,28
	Обсяг водовідведення <i>Quantity of wastewater discharge</i>	0,80 million litres	0,67 million litres
	Хімічний показник утворення кісню в воді <i>Total COD produced</i>	37,9 mg/l	38,85 mg/l
EN29	Транспорт / Transport	ml/lpb	ml/lpb
	Витрати палива <i>Fuel consumption (litres)</i>	4,4	4,6

Таблиця відповідності стандарту GRI / GRI index

Трудові відносини / Employee development

GRI	Показник/Indicator	2010	2011
LA1	Загальна кількість працівників, осіб <i>Total workforce (no. of employees)</i>	1788	1714
LA4	Частка співробітників, на яких розповсюджується дія колективних договорів <i>Employees covered by collective bargaining agreements</i>	100%	100%
LA6	Частка співробітників, представлених в офіційних комітетах з охорони праці <i>Percentage of total workforce represented in formal health and safety committees</i>	10%	10%
LA7	Рівень виробничого травматизму та професійних захворювань <i>Accident incidence</i>	2	1
LA7	Кількість нещасних випадків зі смертельними наслідками <i>Number of fatalities</i>	0	0
LA7	Кількість пропущених днів і прогулів через захворювання <i>Sicknefs absence (days absent)</i>	8799	5985
LA8	Програми освіти, навчання, запобігання і контролю ризиків для допомоги співробітникам, членам їх сімей по відношенню до тяжких захворювань <i>Education, training, counseling, prevention and risk-control programs in place to afsist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases</i>	Описано у Звіті на стор. 19	Описано у Звіті на стор. 19
LA10	Середня кількість годин навчання на одного співробітника на рік <i>Average hours of training per year per employee</i>	14,5	14,5
LA12	Доля співробітників, що регулярно проходять оцінку результативності і кар'єрних можливостей <i>Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews</i>	Описано у Звіті на стор. 20-22	Описано у Звіті на стор. 20-22
LA13	Розподіл працівників за статтю – кількість жінок <i>Breakdown of employees according to gender – women</i>	252 (14%)	237 (13.8%)
LA13	Розподіл працівників за віком (<30 / 30-50 / >50 років) <i>Breakdown of employees per category according to age group (<30 / 30-50 / >50 years)</i>	850 / 868 / 70	810 / 823 / 81



Контактна інформація

Іноземне підприємство Кока-Кола Беверіджиз Україна

а\с 403
51-й км Санкт-Петербурзького шосе
смт Велика Димерка
Броварський район
Київська область
07442, Україна

Тел.: +38 (044) 490-07-07
Факс: +38 (044) 490-07-71

Електронна пошта: ccbu@cchellenic.com

Інформаційна лінія для споживачів

Якщо ви споживач і хочете отримати інфор-
мацію або дати відгук про нашу продукцію чи
акції, телефонуйте:

+ 38 0800-30-80-08

3 питань працевлаштування

Ви можете надіслати своє резюме на факс:

+38 (044) 490-07-71

або електронною поштою:

uaresume@cchellenic.com

Перелік усіх вакансій розміщено на сайті:

www.coca-cola-job.com.ua

Для представників ЗМІ

Менеджер по роботі зі ЗМІ:

Тел: + 38 (044) 490-07-07



ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед»

Вул. Сквороди, 17г
м. Київ, 04070, Україна

Тел. +38 044 490 08 80

www.coca-cola.ua

Contact us

Coca-Cola Beverages Ukraine

P.O. Box 403
51 km of St.-Petersburg highway
Village of Velyka Dymarka
Brovary District
Kyiv region
07442, Ukraine

Tel.: +38 044 490 07 07
Fax: +38 044 490 07 71

E-mail: ccbu@cchellenic.com

Consumer info line

If you are a consumer and would like to gain
information or give feedback about our
products and promotions, please call

+ 38 0800 30 80 08

Job applications

You can submit your CV at fax:

+38 044 490 07 71

or on e-mail: uaresume@cchellenic.com

All vacancies are listed on

www.coca-cola-job.com.ua

Media contact

External Affairs Manager:

Tel: + 38 044 490 07 07

LLC «Coca-Cola Ukraine Limited»

17G, Skovorody St.
Kyiv, 04070, Ukraine

tel.: +38 044 490 08 80

www.coca-cola.ua

Перелік корисних посилань Usefull links

Про нас

About us

www.coca-colahellenic.com.ua

www.coca-colahellenic.com

www.thecoca-colacompany.com

Продукція

Products

www.my-drinks.org.ua

Споживачі

Consumers

www.coca-cola.ua

www.consumerunion.com.ua

Сталий розвиток, звітування

Sustainability & Reporting

www.sustainability-index.com

www.globalreporting.org

www.un.org.ua

www.globalcompact.org.ua

www.unglobalcompact.org

www.csr-ukraine.org

Довкілля

Environment

www.icpdr.org

www.danubeday.org

www.wwf.panda.org

www.aqua-kiev.info

Громадськість

Community

www.redcross.org.ua

www.antiids.org

www.artarsenal.in.ua

www.noc-ukr.org

www.krainamriy.com

Для нотаток Notes



Виготовлено з переробленого паперу. *Produced from recycled paper*

Coca-Cola є зареєстрованою торговельною маркою The Coca-Cola Company. Напій сертифіковано. ©2012 The Coca-Cola Company.