

Кока-Кола в Україні
Coca-Cola in Ukraine

Звіт соціальної відповідальності

2008-2009

Social Responsibility Report



Зміст

Contents

Загальна інформація

Погляд на наш Бізнес.....	8
Організація ведення бізнесу в Україні.....	9
Система компаній Кока-Кола в Україні.....	10
Принципи діяльності Кока-Кола в Україні.....	12
Глобальний Договір	
Цінності Компанії Кока-Кола Хелленік	
Ботлінг Компані.....	14
Місія та цінності.....	15

Intro

Business Overview.....	8
Our Business System.....	8
The Coca-Cola System In Ukraine.....	10
Coca-Cola Beverages Ukraine Summary Of Operating Principles.....	12
Global Compact.....	13
Core Values of Coca-Cola Hellenic Bottling Company.....	14
Mission and values.....	15

Робоче місце

Принципи діяльності.....	19
Закон — насамперед.....	20
Безпека на побочому місці.....	20
Підбір та розвиток персоналу.....	21
Виробництво.....	26
Система якості та безпечності харчових продуктів.....	26
Виробничі потужності.....	27
Склади.....	29
Дистрибуція.....	30
Винагорода за працю.....	30
Події.....	31
Поза роботою.....	32
Активний спосіб життя.....	33

Workplace

Operating Principles.....	19
Law is first.....	20
Occupational health and safety.....	20
Talent recruitment and development.....	21
Виробництво.....	26
Manufacturing. Quality system and safety of food products.....	26
Production Capacity.....	27
Warehouse.....	29
Distribution.....	30
Rewarding.....	30
Events.....	31
Beyond the work.....	32
Active Lifestyle.....	32

Довкілля

Розвиток системи екологічного менеджменту.....	37
Зміна клімату.....	38
Чому це важливо для Coca-Cola?.....	39
Що ми робимо у цьому напрямі?.....	39
Зелене та безпечне водіння.....	40
Відповідність екологічним стандартам.....	40
Моніторинг екологічних показників.....	41
Сировина та матеріали.....	43
Енергія.....	43
Тверді відходи.....	44
Упаковка.....	44
Вода.....	45

Environment

Development of environmental.....	37
Climate Change.....	38
Why is it important to Coca-Cola?.....	39
What are we doing about it?.....	39
Compliance with environmental standards.....	40
Monitoring environmental indicators.....	41
Raw and other materials.....	43
Energy.....	43
Solid waste.....	44
Packaging.....	44
Water.....	45
Joint projects.....	46

Ринок

Принципи та засади діяльності.....	51
Послуги найвищої якості.....	52
Нагороди брендів.....	53
Наші напої.....	54
Категорії напоїв.....	55
Якість.....	55
Події від брендів.....	57

Marketplace

Operating Principles.....	51
Delivering superior customer service.....	52
Brand Awards.....	53
Our Beverages.....	54
Drinks categories.....	55
Quality.....	55
Brand events.....	57

Громадськість

Загальні принципи співпраці Кока-Кола в Україні з громадськістю.....	67
Екологічні акції.....	70
Пропаганда здорового способу життя.....	75
Підтримка значимих для українців подій.....	76
Доброчинність.....	78
Співпраця зі ЗМІ.....	81
Cooperation with Media.....	81
На шляху до майбутнього.....	83

Community

Main principles of cooperation with the community.....	67
Environmental Events.....	70
Promoting Active Healthy Lifestyle.....	75
Supporting Important Ukrainian Events.....	76
Charity.....	78
Cooperation with Media.....	81
Meeting the challenges ahead.....	83



2009, рік викликів і перемін, залишився позаду. Світова економічна криза зачепила не лише українців. Вона торкнулась кожної національної економіки, кожної нації, кожного бізнесу і кожної людини на планеті. Ми пережили нелегкі часи, але тим більше пишаємось тим, що Система Компаній Кока-Кола в Україні гідно пройшла усі випробування.

Надзвичайно приємно, що наші зусилля в організації сприятливої атмосфери на робочому місці було помічено. Наш згуртований, орієнтований на досягнення результату колектив, внутрішня комунікація та політика щодо навчання, розвитку та мотивації персоналу стали основними факторами, завдяки яким наша компанія виборола звання Найкращого роботодавця серед великих компаній 2009 року.

Ми з гордістю можемо назвати останні два роки надзвичайно продуктивними і з огляду на розвиток ринку. Мабуть, немає іншого такого періоду в історії Кока-Кола в Україні, коли на ринок було випущено стільки нових продуктів.

Будучи членом Глобального Договору ООН в Україні від 2006 року, ми неухильно впроваджуємо принципи соціальної відповідальності і сприяємо сталому розвитку громад, у яких живемо і працюємо. Для нас великою честю було очолювати Робочу групу з навколишнього середовища впродовж 2008-2009 років та Робочу групу з корпоративної соціальної відповідальності та ЗМІ у 2009 році. Це відповідальність, яку ми сприйняли дуже високо.

Ми виконали усі взяті на себе зобов'язання, зокрема, у гарантуванні найвищої якості у всьому, що ми робимо: від висококваліфікованого персоналу до наших послуг, і, звісно, у забезпеченні споживачів напоями найвищої якості.

Цей звіт покликаний висвітлити наші зобов'язання і прогрес, якого ми досягли у їх виконанні. Ми зробили багато хороших справ, але і надалі будемо продовжувати рухатись, щоб принести позитивні зміни у суспільстві, завжди дотримуючись свого слова.

*Марчел Мартін,
Генеральний Директор
Кока-Кола Беверіджиз Україна*

*Уолтер Рассел Гордон,
Генеральний директор
Кока-Кола Україна*

2009, a year of challenges and changes, is left behind. The world economic crisis affected not only Ukrainians, it touched every economy, nation, business and human being on the planet. We have gone through uneasy times, but we are very proud to say that Coca-Cola System in Ukraine has overcome this trial with dignity.

It is even more exciting that our efforts to create a strong workplace environment were noticed. Our united results-oriented team, strong internal communication and sustainable policy in personnel training, development and motivation became key factors that made our company win the 2009 Ukraine's Best Employer award.

We may proudly call the past two years as very productive in the marketplace standpoint as well. In the history of Coca-Cola in Ukraine there was probably no other such notable period by the number of new products launched.

As a member of the United Nations Global Compact in Ukraine since 2006, we are committed to acting in socially responsible ways and pursuing the sustainable development of the communities we serve. It is a great honor that our Company chaired the Environmental Working Group during the past two years and the CSR and Media Working Group in 2009. We take this responsibility very seriously.

We have met our commitments and in particular, ensuring high quality in everything we do: from educated personnel to our services, and certainly in providing the highest quality products to our consumers.

This report was developed to share our commitments and progress in meeting these commitments. We have accomplished many great things, but we will continue this journey to make a positive difference in the communities we serve and continue to keep our promises.

*Marcel Martin,
General Manager
Coca-Cola Beverages Ukraine*

*Walter Russell Gordon,
General Manager
Coca-Cola Ukraine*



Марчел Мартін
Генеральний директор

Marcel Martin
General Manager

Загальна інформація

Info

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

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

Наша компанія працює у більш, ніж 200 країнах і встановила тісні зв'язки з громадами по всьому світу. Ми всебічно зацікавлені в економічному добробуті та стабільному зростанні цих громад.

Тому своєю щоденною роботою ми сприяємо економічному розвитку місцевих громад, забезпечуючи робочі місця на своїх підприємствах, а також у суміжних галузях.

Загалом бізнес Кока-Кола є місцевим для кожної країни. Наша продукція виробляється на понад 800 заводах по всьому світу, які належать нашим партнерам-ботлерам. На цих заводах та інших підприємствах ми надаємо роботу місцевим жителям, платимо податки до місцевих бюджетів, сплачуємо місцевим постачальникам за товари, послуги та капітальне устаткування, та підтримуємо інвестиційні програми на місцях.

У підтримці таких програм ми переважно зосереджуємось на тих сферах, які асоціюються з нашою діяльністю, у яких ми маємо значний досвід, та в яких ми справді можемо зробити значний внесок.

Погляд на наш Бізнес

2007 року Кока-Кола в Україні святкувала своє 15 річчя в Україні. За останні декілька років компанія перетворилася в найпотужнішого виробника безалкогольних напоїв, який втворює спрагу більш ніж 46 мільйонів українців.

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

We live and work 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.

We contribute to the economic success of each of these communities through our day-to-day business, 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. With our bottling partners, we produce our products in more than 800 plants around the world. In those 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.

Business Overview

In 2007 Coca-Cola celebrated its 15th Anniversary in Ukraine. Over the last 15 years, the Company has become the country's largest producer of non-alcoholic beverages, quenching the thirst of more than 46 million Ukrainians.

Our Business System

The Coca-Cola System in Ukraine (hereinafter referred to as 'Coca-Cola Ukraine') includes 'Coca-Cola Ukraine', which is a representative office of The Coca-Cola Company, and 'Coca-Cola Beverages Ukraine' a subsidiary of

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

Організація ведення бізнесу в Україні

Система Компаній Кока-Кола в Україні (надалі – Кока-Кола в Україні) включає Компанію «Кока-Кола Україна», яка є представництвом компанії Кока-Кола (The Coca-Cola Company) та «Кока-Кола Беверіджиз Україна», яка, в свою чергу, є дочірньою компанією «Кока-Кола Хелленік» – одного з найбільших «ботлерів» напоїв (себе-то виробництв, що розливають продукцію) під торговими марками Компанії Кока-Кола у світі.

Компанії «Кока-Кола Україна» та «Кока-Кола Беверіджиз Україна» є окремими суб'єктами господарювання як з юридичної точки зору, так і в контексті управління. Кока-Кола – це не лише напій або бренд. Це 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, Компанія, окрім маркетингу, виробляє для своїх виробництв-ботлерів сиропи для виготовлення напоїв під близько 400 брендами. Компанія Кока-Кола розробляє і реалізує маркетингові стратегії. Головний офіс Компанії розташовується в Атланті, а місцеві представництва розміщені у більш ніж 200 країнах світу.

Детальнішу інформацію про Компанію Кока-Кола можна отримати на Інтернет-сайті www.coca-cola.com

Кока-Кола Хелленік, материнська компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» (Coca-Cola Hellenic, раніше – CCHBC), – це друга найбільша у світі компанія-ботлер, що займається розливом, продажем та дистрибуцією безалкогольних газованих напоїв на умовах франчайзингу Компанії Кока-Кола. Зареєстрована у Греції 2000 року, Кока-Кола Хелленік має близько 41 000 працівників та розгорнула свою діяльність у 28 країнах: Австрії, Ірландії, Швейцарії, Північній Ірландії, Греції, Кипрі, Італії, Боснії та Герцоговині, Хорватії, Македонії, Сербії, Чорногорії, Чехії, Угорщині, Польщі, Румунії, Болгарії, Словаччині, Словенії, Латвії, Литві, Естонії, Нігерії, Вірменії, Білорусі, Молдові, Росії та Україні.

Coca-Cola Hellenic – the second largest Coca-Cola bottler in the world.

“Coca-Cola Ukraine” and “Coca-Cola Beverages Ukraine” 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 Coca-Cola 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 detailed information on the Coca-Cola system is available at www.coca-cola.com.

Coca-Cola Hellenic is the world's second largest bottling company that produces, distributes, and sells carbonated soft drinks. It is a Coca-Cola licensed European bottling company. Coca-Cola Hellenic was registered in Greece in 2000. Coca-Cola Hellenic has 41,000 employees and operates in 28 countries: Austria, Cyprus, Ireland, Switzerland, Northern Ireland, Republic of Ireland, Greece, Italy, Bosnia and Herzegovina, Croatia, Macedonia, Serbia, Montenegro, Former Republic of Yugoslavia, Czech Republic, Hungary, Poland, Romania, Bulgaria, Slovakia, Slovenia, Latvia, Lithuania, Estonia, Nigeria, Armenia, Belarus, Moldova, Russia and Ukraine. More detailed information on the Coca-Cola Hellenic system is available at www.coca-colahellenic.com.

Coca-Cola Beverages Ukraine (CCBU) produces, sells and distributes non-alcoholic beverages under trademarks that belong to the Coca-Cola Company, including sparkling beverages, table waters and ice teas, juices and energy drinks.



Більше інформації про Компанію Кока-Кола Хелленік можна довідатись на Інтернет-сайті www.coca-colahellenic.com.

«Кока-Кола Беверіджиз Україна» виробляє, продає та здійснює дистрибуцію безалкогольних напоїв під торговими марками (надалі – ТМ), що належать Компанії Кока-Кола, включаючи солодкі газовані, столові води та холодні чаї, соки, а також енергетичні напої.

Система компаній Кока-Кола в Україні

Офіційне представництво Компанії Кока-Кола в Україні відкрито 1992 року, одразу після проголошення незалежності України. Система Кока-Кола стала однією з перших міжнародних компаній, яка виявила зацікавленість працювати на українському ринку. Так народилось ще одне вітчизняне підприємство зі ста відсотками іноземного капіталу, яке на сьогодні інвестувало 272 мільйони доларів США в економіку України та 50 мільйонів Євро в обладнання.

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

2008 року Компанія «Кока-Кола Україна» завершила придбання торгової марки «Ярило» - квасу натурального бродіння, який виготовляється на Запорізькому заводі безалкогольних напоїв ЗАТ «БАН» (від 2009 року – «Квас Беверіджиз»).

Продовжується інтеграція процесів управління відповідно до загальних вимог щодо якості та безпечності продукції, які існують в системі Компанії Кока-Кола.

Працюючи на українському ринку, Система Компаній Кока-Кола Україна досягла вагомих професійних, виробничих та громадських успіхів, про що свідчать численні нагороди та відзнаки. Серед них:

Відзнаки

- Титул «Компанія, що надихає» – за результатами рейтингу бізнес-журналу «Компаньон» – 2005-2006 роки.

The Coca-Cola System In Ukraine

Coca-Cola established a representative office in Ukraine in 1992, immediately after the country had gained independence. Coca-Cola was one of the first international companies to invest in Ukraine. In the 17 years since then, Coca-Cola System investments in the country have reached US\$ 272 million plus EUR 50 million as equipment.

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

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 – CJSC “BAN” (since 2009 – “Kvass Beverages”).

Integration of the management processes in compliance with overall requirements on quality and safety existing in the Coca-Cola Company is on track.

Plant certification in accordance with ISO 9001 (Quality), ISO 14001 (Environment), ISO 22000 (Food Safety) is being implemented in 2010.

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:

Recognitions:

- 1999 award for “Best Plant” from Food Engineering International magazine
- Certificate of appreciation from the Kyiv Region state tax administration for conscientious fulfilment of tax obligations in 2004
- Recognition as an “Inspiring Company” in a survey conducted by Companion business magazine in 2005-2006

Since the time of acquisition, The Coca-Cola Company has invested over US\$ 12 million in reconstruction of the enterprise, and the process continues.

New bottling lines for 1.5 and 0.5 liter PET are already installed. Fermentation, Water Processing, and Syrup Preparation sections have been already reconstructed.



- Подяка від керівництва Державної податкової адміністрації в Київській області за сумлінне виконання податкових зобов'язань – 2004 рік.

- Найкращий завод року – 1997 рік.

Нагороди

- Найкращий роботодавець України серед великих компаній (рейтинг агентства Hewitt та HR Center) – 2009 рік.

- «Кращий інвестор» від Київської обласної адміністрації за вклад у розвиток Київської області – 2009 рік.

- «Патріот Київщини 2008» від Київської обласної державної адміністрації за відповідальне ведення бізнесу та підтримку місцевих громад.

- «Благодійник Року» - транснаціональна компанія (2008);

- «Благодійник Року» в Київській області (2007);

- Премія «Бізнес-Олімп» з присвоєнням звання «Золота торгова марка» (2002);

- лауреат VIII міжнародного відкритого рейтингу популярності та якості товарів та послуг «Золота Фортуна» у номінації «Якість третього тисячоліття» (2002).

- Сік „Добрий” – переможець в номінації «Продовольчі товари» Всеукраїнського конкурсу якості продукції «100 найкращих товарів України 2006-2007».

- «Вибір року» – торгова марка BonAqua (2002, 2004).

- «Вибір року» – прохолоджувальний напій «Кока-Кола» (2004).

Дипломи

- Почесна грамота від Всеукраїнської громадської організації „Союз споживачів України” за соціально відповідальну політику та підтримку споживчого руху в Україні – 2009 рік.

- Почесна грамота за внесок у розвиток Броварського регіону від Броварської державної адміністрації – 2008 рік.

Awards:

- “Best Employer of Ukraine” among large companies (survey by HR Center in Ukraine and Hewitt) – 2009.

- “Best Investor” from the Kyiv Region State Administration for for the development of the Kyiv region image - 2009.

- “Kiev Region Patriot 2008” award from Kyiv Region State Administration for responsible business and community support.

- “Philanthropist of the Year” in the Kyiv Region (2007)

- “Business Olympus” Prize with “Gold Trade Mark” Award (2002)

- 8th International Open Rating of Goods and Services Popularity and Quality: Winner of “Golden Fortune” prize in the category, “The Quality of the Third Millennium” (2002)

- All-Ukrainian Product Quality Contest “100 Best Products of Ukraine 2006-2007”: Winner in the category “Food products” for Dobryi juice

- “Choice of the Year”: BonAqua™ in 2002 and 2004

- “Choice of the Year”: Coca-Cola refreshment drink in 2004

Diplomas:

- Diploma from the Ukrainian public organization “Consumers’ Union of Ukraine” for the socially responsible policy and support of consumer movement in Ukraine – 2009.

- Diploma for huge contribution in Brovary region development received from Brovary State Administration – 2008.

- Diploma from the Ministry of Environment & Natural Resources for new environmentally friendly technologies implementation, natural resources preservation – 2008.

- Golden Advertising Star diploma, 2002

- Bronze Advertising Star diploma 2002

- Food & Drinks diploma for the best product presentation “Food & Drinks-2002”

Від часу придбання Запорізького заводу, Компанія Кока-Кола інвестувала понад 12 мільйонів доларів США в реконструкцію підприємства, і цей процес триває.

Вже встановлено лінії з розливу квасу у ПЕТ тару об'ємом 1,5 та 0,5 літра. Було реконструйовано відділи ферментації, водопідготовки, а також сироповарне відділення.

- Диплом від Міністерства охорони навколишнього природного середовища України за розробку нових екологічно безпечних технологій та збереження природних ресурсів – 2008 рік.
- Диплом Золотої Зірки Реклами 2002 року
- Диплом Бронзової Зірки Реклами 2002 року
- Диплом Food&Drinks за кращу презентацію продукції «Food&Drinks 2002».
- Диплом лауреата конкурсу «Обличчям до споживачів».
- Грамота Броварської райдержадміністрації за значний внесок в забезпечення виконання надходжень до бюджетів усіх рівнів за 1999 рік.
- Диплом УкрЦСМ за випуск конкурентоспроможної продукції високої якості, що користується попитом на українському споживчому ринку, а також за високий внесок у розвиток стандартизації, метрології та сертифікації.

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 результатів.

Ось чотири розділи, кожен з яких покликаний розкрити та продемонструвати найкращі практики та передовий досвід нашого бізнесу в Україні за період 2008-2009 років:

Робоче місце

Ми працюємо в атмосфері відкритих взаємин, високої продуктивності, та чітко розуміємо, що потрібно для досягнення найвищих показників якнайуспішнішого здійснення нашого у нашому бізнесі.

Довкілля

Ми працюємо так, щоби ще й довкілля відчувало наш захист та турботу. Усі наші дії та рішення ґрунтуються на

- Laureate diploma in the "Towards the Customer Needs" contest
- Merit Certificate from Brovary District State Administration for substantial contribution to enforcement of the budget revenues at all levels in 1999
- UkrCSM diploma for manufacturing high-quality competitive products for the Ukrainian consumer market and for noticeable contribution to the development of standardization metrology and certification.

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.

In accordance with Coca-Cola Hellenic operating principles, this report by Coca-Cola Beverages Ukraine is divided into four sections, reflecting our business' commitments 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 sound and rewarding business opportunities and benefits for our customers, suppliers, distributors, and local communities.

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.

Глобальний Договір – добровільна організація, члени якої беруть на себе добровільні зобов'язання із соціальної відповідальності, та особливу увагу приділяють досягненню цілей Організації Об'єднаних Націй у 4-х основних сферах. Це – права людини, трудові відносини, турбота про довкілля та боротьба з корупцією. Члени-учасники Глобального Договору мають впроваджувати 10 універсальних принципів, які є найкращими заходами по досягненню цих цілей

принципах постійного розвитку та догляду за навколишнім середовищем.

Ринок

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

Глобальний Договір

2006 року Кока-Кола в Україні долучилася до Глобального Договору ООН і з усією відповідальністю ставиться до впровадження його Десяти Принципів.

Принципи прав людини

Принцип 1: комерційні компанії повинні забезпечувати та поважати захист прав людини, проголошених на міжнародному рівні.

Принцип 2: комерційні компанії повинні відслідковувати, щоб їхня власна діяльність не сприяла порушенню прав людини.

Принципи праці

Принцип 3: комерційні компанії повинні підтримувати свободу зібрань і дієве визнання права на колективні угоди.

Принцип 4: комерційні компанії повинні сприяти використанню примусової або обов'язкової праці.

Принцип 5: комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дитячої праці.

Принцип 6: комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дискримінації у питаннях працевлаштування.

Екологічні принципи

Принцип 7: Комерційні компанії повинні дотримуватися обережності у підходах до екологічних проблем.

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 Compact

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

Human Rights

Principle 1: Businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights; and

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; and

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 26, 2006 with the support of leading Ukrainian and international companies and high-ranking officials of the

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. Participants in the network are expected to implement a set of ten universal principles which set out best practice in the achievement of these goals. By end-2009, more than 6,500 companies worldwide have become members of the Global Compact

Принцип 8: комерційні компанії повинні ініціювати поширення екологічної відповідальності.

Принцип 9: комерційні компанії повинні стимулювати розвиток і розповсюдження екологічно чистих технологій.

Антикорупційний принцип

Принцип 10: комерційні компанії повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включно із здирництвом.

Презентація Глобального договору в Україні відбулася 26 квітня 2006 року за підтримки провідних українських та міжнародних компаній та високих посадовців Уряду України. Першими підписантами ініціативи стало 34 провідні українські та міжнародні компанії, асоціації та неурядові організації.

Цінності Компанії Кока-Кола Хелленік Ботлінг Компані

Відданість

Ми докладаємо всіх зусиль для виконання своєї роботи на найвищому професійному рівні.

Колективна праця

Ми ефективно впроваджуємо найкращі методи роботи, надаємо підтримку своїм колегам у вирішенні завдань, що поставлені як в рамках однієї країни, так і перед компанією «Кока-Кола Хелленік» загалом. Ботлінг Компані в цілому, використовуючи ресурси та досвід всієї Компанії.

Відповідальність

Ми персонально відповідаємо перед своїми колегами за виконання поставлених та узгоджених цілей та завдань.

Працівники

Ми зосереджені на створенні таких умов в Компанії, за яких висококваліфікованим і мотивованим працівникам гарантується навчання, професійний ріст, цікава робота, самоповага, гідна винагорода за виконану працю та задоволення від її результатів.

Якість

Головним завданням нашого бізнесу є досягнення високої якості в усіх галузях у виробництві, в роботі з людь-

Ukrainian government. Thirty-four Ukrainian and international companies, associations and non-governmental organizations became the first signatories of the initiative in Ukraine.

Core Values of Coca-Cola Hellenic Bottling Company

Commitment

To stretch ourselves to deliver outstanding performance.

Teamwork

To effectively share best practice, support our colleagues to achieve both country and group-wide goals, and to draw from the best resources available within the group.

Accountability

To be individually and transparently accountable to our colleagues for delivering agreed targets and goals.

People

To focus on creating an environment in which a group of highly skilled and motivated people are exceptionally well trained, developed, challenged and respected.

Quality

To be committed, in each part of the business, to total quality of product, customer service, operations, execution in marketplace and people.

Integrity

We will conduct our business openly and honestly to the highest ethical business standards.

ми, в обслуговуванні наших клієнтів, в діяльності всіх підрозділів та в підтриманні високих стандартів роботи на ринку.

Чесність

Ми проводимо наш бізнес відкрито і чесно, дотримуємось найвищих етичних вимог.

Місія та цінності

«Кока-Кола Беверіджиз Україна» розробила власну місію та звертає увагу на українські маркетингові особливості.

Корпоративне бачення

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

Ми досягнемо 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 Присутності товару на ринку

Оптимізацію вартості обслуговування

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

Місія

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

Цінності

Чесне ведення бізнесу та дотримання свого слова.

Щире прагнення бути неперевершеними в усьому, що ми робимо.

Командна боротьба за перемогу.

Прагнення, щоб наші люди повністю розкривали свій потенціал.

Відкрите, чесне та поважне ставлення до кожного.

Mission and values

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

Corporate vision

The undisputed leader... in every market in which we compete.

We will achieve this 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

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

Mission

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

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.



Наталія Пинтя
Менеджер з персоналу
Мережі забезпечення збуту та
Адміністративних відділів

Nataliya Puintya
HR Business Partner to Supply
Chain and Administrative
Functions

Робоче місце Workplace

«Торговий персонал Компанії Кока-Кола Беверіджиз Україна» завжди пунктуальний, ввічливий, розуміє клієнта і пропонує саме те, що нам потрібно. Ми отримуємо повний комплекс послуг і дуже задоволені сервісом».

Андрій Заболотний,
Директор відділу закупівель,
ЗАТ «Фуршет»

«Я прийшов у Компанію «Кока-Кола Беверіджиз Україна» звичайним торговим представником. Завдяки своїй наполегливості та системі навчання, яка існує в нашій компанії, я пройшов весь шлях, і тепер очолюю великий Комерційний відділ, штат якого налічує 900 осіб. Я вдячний своїй компанії за можливості, які вона відкриває кожному».

Георгій Скорик,
Комерційний директор,
Кока-Кола Беверіджиз Україна

«Ми постачаємо цукор для Компанії Кока-Кола Беверіджиз Україна, який використовується для виробництва різноманітних безалкогольних напоїв. Ця Компанія – один з наших найбільших та найвимогливіших клієнтів. Завдяки їхнім замовленням багато сільськогосподарських підприємств забезпечені роботою і отримують гідну винагороду. А ми зобов'язані стежити за якістю, яка завжди повинна відповідати найвищим міжнародним нормам.»

Віктор Іванчик,
Генеральний директор,
ТОВ «Астарт-Київ»



Workplace

“Sales personnel of the Coca-Cola Beverages Ukraine is always precise, courteous, understand the client and offers exactly what we need. We receive all services in full and are very satisfied with their level.”

Andriy Zabolotny,
Purchase Department Manager
“Furshet” retail network

“I’ve joined Coca-Cola Beverages Ukraine as a sales representative. Thanks to personal diligence and the inclusive training system in our Company, I’ve developed my career and now head a large Commercial Department of 900 persons. I am grateful to our Company for the opportunities it provides to every employee.”

George Skorik
Commercial Director
Coca-Cola Beverages Ukraine

“We supply sugar for Coca-Cola Beverages Ukraine, which is used to produce various beverages at their plant. This Company is one of our biggest and most demanding clients. Thanks to their orders, many agricultural firms are supplied with jobs and receive worthy rewarding. And we are required to keep up with quality, which shall always correspond the highest international standards”.

Viktor Ivanchyk,
General Director,
LLC “Astarta-Kyiv”

Кожне робоче місце у Кока-Кола в Україні створює 8 додаткових у суміжних галузях – головним чином це сфера постачання та роздрібна торгівля.

Кока-Кола в Україні – це команда талановитих, працелюбних та натхнених працівників, що нараховує близько 1 600 осіб у 26-ти філіях на всій території України.

Принципи діяльності

Наша мета – створити такі умови, за яких висококваліфіковані, мотивовані, активні та віддані Компанії працівники могли б ефективно та якісно виконувати свою роботу, піти всієї Компанії.

Ключові принципи Компанії:

1. Ми встановлюємо міцні та відкриті взаємини між працівниками Компанії, підтримуючи з ними постійний зв'язок.
2. Ми ставимося до працівників ввічливо, з гідністю та повагою.
3. Ми дотримуємося усіх вимог чинного законодавства, яке, зокрема, регулює кількість робочих годин, розмір компенсації, недопустимість 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 росту.
8. Ми гарантуємо нашим працівникам безпеку на робочому місці.

Coca-Cola Beverages Ukraine is a team of 1,600 talented, hard-working and inspired employees who work in 26 locations around Ukraine.

Operating Principles

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.

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.

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.

За 2008-2009 роки Система Компаній Кока-Кола в Україні сплатила понад 520 мільйонів гривень податків.

2008 року ми повністю запровадили систему охорони здоров'я і безпеки на робочому місці OHSAS 18001.

Закон — насамперед

Для Кока-Кола в Україні чітке дотримання всіх законодавчих вимог є справою честі. Тому відповідність нормам Кодексу законів про працю і виконання усіх державних вимог щодо соціального захисту у відносинах між Кока-Кола в Україні та її працівниками вважається неперушним правилом нашого бізнесу. Прозора виплата заробітної платні, 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 запровадила низку додакових матеріальних заохочень, що допомагають людям під час одруження, народження дітей чи при інших важливих подіях у їхньому житті.

Безпека на побочому 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, відвідувачів, зацікавлених та третіх осіб.

Результатом впровадження на підприємстві OHSAS 18001:2007 є постійне покращення умов праці, розробка і впровадження низки попереджувальних заходів, які допомагають уникнути порушень вимог до безпеки праці.

Кока-Кола Беверіджиз Україна вже п'ять років послідовно впроваджує OHSAS 18001, результатом чого став успішно пройдений у березні 2008 р. завершальний (S3) міжнародний сертифікаційний аудит OHSAS 18001:1999, а у травні 2009 р. - міжнародний наглядовий S4 аудит OHSAS 18001:2007.

Law is first

Strict adherence to all legal requirements for our business is a core responsibility and a matter of honor. We maintain strict compliance with the Ukraine Labor Code 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, child-birth 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 of both regulatory legal acts and preventive, 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 the development and implementation of measures to prevent worker safety violations.

Coca-Cola Beverages Ukraine has used the system for five consecutive years to improve working conditions. In March 2008 the company successfully passed the final S3 international certification audit OHSAS 18001:1999; and in May 2009 – S4, the international supervisory audit OHSAS 18001:2007. Besides, the company is the first enterprise in Ukraine to receive an OHSAS 18001:2006 (May 2008) and OHSAS 18001:2007 – in June 2009.

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

Medical insurance for employees and their family members is one of additional benefits the Company provides since

In 2008-2009 the Coca-Cola System in Ukraine paid taxes for over UAH 520 million.

In 2008 we have introduced the system for occupational health protection and safety at workplace OHSAS 18001 in full.

Більше 460 000 користувачів інтернету відвідало веб-сторінку Кока-Кола Беверіджиз Україна станом на грудень 2009 року

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

Окрім того, ми впроваджуємо інші програми з охорони здоров'я, такі як запобігання A(H1N1) та ВІЛ/СНІД.

Серед додаткових пільг, які мають наші співробітники, – медичне страхування для співробітника та членів його сім'ї, яке існує в Компанії з 1999 року. Програма охоплює усі основні види лікарської допомоги під час хвороби — це надає людям більше впевненості у житті і праці.

Підбір та розвиток персоналу

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

Основні цінності Кока-Кола Україна лягли в основу унікальної культури високого рівня, що дає можливість кожному працівникові розвиватись, бути відповідно мотивованим та отримувати відповідну винагороду.

Програма для стажерів

Кока-Кола в Україні завжди рада вітати у своїх лавах талановитих та працьовитих людей. Метою програми для стажерів, започаткованої 2004 року, є підготування повноцінних спеціалістів з числа найкращих випускників вищих навчальних закладів, розвиток їх професійних знань і навичок, лідерських якостей та набуття досвіду в бізнесовій сфері, а відтак подальшого працевлаштування в Кока-Кола в Україні. Програма дозволяє молоді без досвіду роботи спробувати свої сили у одній з найуспішніших бізнес-структур світу, а Кока-Кола в Україні, своєю чергою, — поповнювати персонал енергійними та завзятими кадрами. Студенти завжди можуть дізнатись про програму стажування на сайті www.coca-cola-job.ua. Ця веб-сторінка запрацювала ще 2006-го року і є ресурсом, який дозволяє Компанії спілкуватися зі своїми потенційними працівниками більш ефективно та зручним способом. Кожен охочий може зайти сюди і отримати можливість приєднатися до команди Кока-Кола в Україні.

1999. The insurance covers all main aspects of medical assistance in case of illness, providing employees with greater certainty in life and work.

Talent recruitment and 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.

Trainees program

Coca-Cola Ukraine is 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 education 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. Students can always find information on the program at www.coca-cola-job.com.ua. This page was launched back in 2006, allowing the Company to communicate more effectively and easily with potential employees. Anyone can visit the website to learn about new vacancies and opportunities to join the Coca-Cola team in Ukraine.

An annual process of employee performance rating and individual planning for personal and professional development facilitates continual improvement and encourages employees to develop their potential and build their career with Coca-Cola. Strategic programs for professional development and experience exchange, numerous special-

More than 460,000 internet users have visited the Coca-Cola Beverages Ukraine Human Resources web page as of December 2009

Компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна пишається своєю Програмою стажування молодих спеціалістів. Протягом 2008 – 2009 років 1500 студентів подали свої заявки на участь у даній програмі. З поміж них було відібрано 11 кандидатів для стажування, а 9-тьом було запропоновано постійний контракт із Компанією. Загалом, починаючи з 2004 року Компанія залучила до своїх лав 21 стажера.

95% керівних посад у Кока-Кола Україна займають власні працівники, які розвинули свої навички.

Кожного року в Компанії відбувається оцінка персоналу та розробка індивідуальних планів, які створюють умови для подальшого персонального та професійного розвитку. Цей процес сприяє не лише покращенню результатів роботи, але й спонукає кожного працівника розвивати потенціал для будівництва власної кар'єри з Кока-Кола.

Стратегічні програми професійного розвитку та обміну корпоративним досвідом, численні спеціалізовані семінари та тренування — усе спрямоване на те, щоб у Кока-Кола Беверіджиз Україна працювала команда спеціалістів найвищого ґатунку.

Задля досягнення успіху ми залучаємо, мотивуємо та утримуємо талановитих людей. Зокрема, 2007 року ми впровадили і поспігуємо моделлю «Leadership Pipeline», метою якої є розвиток лідерських навичок. Актуальна програма навчання забезпечує розвиток лідерських якостей на всіх рівнях організації та включає наступні тренінгові програми:

- система управління результатами;
- шлях лідера;
- ситуативне лідерство та система управління компанією;
- майстерність в управлінні
- лідерство у стилі «коучинг»;
- управління змінами;
- побудова команди;
- центр оцінки та розвитку.

Витрати Компанії на навчання та розвиток персоналу зростають із року в рік. Протягом останніх 5-ти років Компанія інвестувала у своїх працівників понад 25 мільйонів гривень.

Залучення працівників у діяльність компанії

Один із основних принципів, що сповідує наша Компанія, є задіяність співробітників у процес безперервного покращення. Ніщо не може бути застиглим, а тому всі сфе-

ized seminars and trainings help to create a team of highly skilled and motivated professionals at Coca-Cola Ukraine.

We attract, motivate and retain talented employees in order to ensure future success. In 2007, we adopted the Leadership Pipeline model, which focuses on leadership development and succession planning.

The Company's employee development curriculum builds leadership skills at all levels of the organization and includes the following training programs:

- Performance Management Systems
- Passion to Lead
- Situational Leadership and COBRA
- Coaching
- Targeted Selection
- Enabling Fast Change
- Teambuilding
- Assessment Center

Company investment in education and employee development grows each year. For the past five years, the Company has invested over 25 million UA Hryvnia in its employees.

Employee engagement

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

A good example for this is Kaizen system – 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. Introducing methods of Kaizen started in 2007, and in 2009 our plant was successfully certified in accordance with this system within the Excellence Across the Board program (EAtB).

Coca-Cola Beverages Ukraine is proud of its Trainees Program for young professionals. More than 1500 students applied for this program, and 11 of them were chosen to participate while 9 were offered permanent contracts with the company. Altogether, since the program's start in 2004, 21 trainees were engaged.

95% of management positions in Coca-Cola Ukraine have been filled by existing employees who have been developed and promoted within the Company

Понад 4 100 працівників взяли участь у тренінгових програмах Компанії протягом 2008-2009 років. На це навчання було витрачено близько 37 622 людино-годин.

Успішно виконано 29 проектів, а ще 41 перебуває в процесі впровадження на 2010 рік.

ри нашої діяльності повинні зазнавати постійного перегляду, аналізу та планування.

Чудовим прикладом цього є Кайзен — принцип постійного прагнення до досконалості, втілений в конкретні форми, методи, технології й звернення до людей. Основна мета Кайзен – вирішення проблем, що часто повторюються, а ідея – повне усунення самої проблеми, а не її наслідків. Впровадження методик Кайзен розпочалося наприкінці 2007 року, а в 2009 році Київський завод був успішно сертифікований по цій методиці в рамках проекту EAtB (Досконалість без кордонів).

Кожен міні-проект Кайзен розробляється та впроваджується цілою групою співробітників з різних функцій. Секрет успіху Кайзен в простоті. Мозковий штурм групи для виявлення всіх причин, що могли призвести до проблеми, методів їх усунення та заповнення простої форми займає всього кілька хвилин. Ідея швидко схвалюється безпосереднім керівником. Співробітникам відразу даються повноваження на її реалізацію, а лідер групи відправляє кінцевий результат в загальну базу даних, щоб інші також могли нею скористатися.

Одним із найскладніших аспектів впровадження й реалізації стратегії Кайзен було закріплення первинних успіхів і поступове перетворення Кайзен у природний стиль роботи. На сьогодні можна говорити, що й цей бар'єр подолано. Кількість співробітників, що пройшли навчання по Кайзен і задіяні в проекти вже більше сотні.

Програма стимулювання інноваційних винаходів Започаткована 2003 року, «Програма стимулювання інноваційних винаходів» має на меті надихати та гідно ви-



A team of employees from various functions develops and implements each mini-project Kaizen. Simplicity is the Kaizen's secret. 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 aggregate database so that others could use it as well, if needed.

Securing initial success and gradual adoption of Kaizen as an inherent workflow were among the complexities in introducing and implementing the Kaizen strategy. We can proudly say that this barrier is overcome. There's over 100 employees who received Kaizen training and are engaged in various projects.

Encouraging innovations

Founded in 2003, the Company's "Program to Encourage Innovation" is aimed at inspiring and rewarding employees for new ideas that help to improve the effectiveness of business processes.

In 2008-2009 more than 50 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 substantial bonuses in recognition of their contributions. These employees have become living testimony to their ideas.

In 2008-2009, more than 4,100 employees participated in Company training programs, spending a total of 37,622 men-hours in development.

There are 29 successfully completed projects, and 41 more projects are scheduled for 2010.

\$15 000 сягнув преміальний фонд програми впродовж 2008-2009 років.

Більше \$200 000 склав економічний ефект від втілення найкращих винаходів.

нагороджувати працівників Компанії за нові ідеї, здатні покращити ефективність бізнес-процесів. Впродовж 2008-2009 років у цій програмі взяло активну участь більше 50 працівників. Надані пропозиції були цікавими, іноді несподіваними, та значною мірою корисними. Майже половина усіх винахідників отримала чималі премії та стала свідками втілення своїх ідей.

Приклад

Завдяки пропозиції одного з водіїв, ми змінили логістику доставки, суттєво зменшивши кілометраж. Раніше маршрут для автомобілів вибудовував диспетчер, враховуючи замовлення та керуючись електронною картою. Однак електронні карти не враховують завантаження дороги, а клієнти очікують доставку у певний час. Тепер водії самі домовляються про зручний час доставки і вибудовують схеми маршрутів до обіду і післяобіду. Тобто одна машина розвозить товар зі складу двічі на день. Така схема скоротила час приймання продукції, зробила роботу водіїв комфортнішою, а клієнтів – задоволеними вчасним виконанням замовлень.

Внутрішній аудит

Забезпечити належні 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, ISO22000:2005, OHSAS 18001:2007 та ISO 14001:2004 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.

Внутрішній аудит допомагає:

21 спеціаліст з різних підрозділів 4 рази на рік самостійно оцінює ступінь виконання критеріїв аудиту.

Case Study

Thanks to a truck driver, we have changed the delivery logistics, having significantly decreased mileage. Before, the delivery route was developed by a traffic controller based on the requests and with the help of e-maps. However, the e-maps do not take into account the traffic, and the clients were expecting the deliveries during certain time frame. Nowadays, the drivers contact the clients themselves and agree on the delivery time, making two road outs from the warehouse, before and after noon. Such scheme allowed to decrease the delivery and acceptance time, made the drivers' work more comfortable, and the clients – happy with timely deliveries.

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, ISO22000:2005, OHSAS 18001:2007 and ISO 14001:2004 Standards during all stages of technological process. Internal audit is one of the most used methods of internal control for the Standards improvement. It is a systematic and independent (separate) analysis, which allows to follow compliance to the Standards used by the Coca-Cola System all over the world.

The internal audit helps to:

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

\$15,000 was dedicated for the bonus fund of the program in 2008-2009.

\$200,000 in additional business value was added through the implementation of the best innovations.

21 specialists from different departments evaluate the level of audit's requirements implementation four times a year.

Близько 80 внутрішніх аудитів щорічно перевіряють відповідність міжнародним стандартам Кока-Кола та державним стандартам України

5 регіональних тренерів забезпечують безперервний процес навчання та вдосконалення роботи працівників торгового відділу. 19 985 людино-годин зайняли тренінгові програми для комерційного підрозділу компанії впродовж 2008-2009 років.

- аналізувати належним чином, вдосконалювати та підвищувати впровадження вимог стандартів Компанії;
- відслідковувати поточні проблеми;
- «сигналізувати» розробку та застосування корегуючих дій.

Внутрішні аудити, які іноді називають „аудити першою стороною”, проводяться із залученням інших організацій, або самою організацією.

«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 внутрішніх аудитів «Кока-Кола Беверіджиз Україна» розрахований на рік.

Розвиток комерційного відділу

Постійне вдосконалення професійного рівня працівників комерційного відділу Компанії, який включає у себе торговий підрозділ та відділи маркетингу і охолоджувального обладнання, — окрема сторінка у процесі розвитку персоналу та одне з найважливіших та пріоритетних завдань «Кока-Кола Беверіджиз Україна». За цей процес відповідають регіональні менеджери з навчання торгового персоналу, які забезпечують безперервність навчання за наступними напрямками:

- формування основних навичок та методів для роботи торгових представників компанії;
- закріплення набутих знань безпосередньо перед виїздом на маршрут, за допомогою тренінгових модулів;
- допомога керівникам з продажу на території якісно та ефективно проводити коучінг зі своїми підлеглими;
- здійснення постійної оцінки персоналу торгового відділу.

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 the internal auditors.

Internal audit plan of “Coca-Cola Beverages Ukraine” is scheduled for the whole year.

Development of the Commercial Department

Continual improvement of professional skills for sales personnel, including those responsible for retail trade and for marketing and cooling equipment, is a priority focus area Coca-Cola Beverages Ukraine. Regional managers for sales personnel education are responsible for the process and provide on-going training opportunities in the followings areas:

- Basic skills and work methods development for sales representatives;
 - Training modules to prepare sales personnel for going into the marketplace;
 - Assistance to ASMs in conducting high-quality and effective coaching with their teams;
 - On-going sales force assessment.
- In 2008-2009 the educational program for sales personnel consisted of more than 15 training programs, including:
- Introduction program for sales representatives;
 - Basic selling skills;
 - SPIN - Effective Sales;
 - Outlet Activation;
 - Coaching;
 - Targeted Selection;
 - General Manager University;

Every year around 80 internal audits review the compliance with the Coca-Cola international standards and the state standards of Ukraine

5 regional trainers provide a continuous process of study and skills refinement for sales employees, and a total of more than 19,985 man-hours were spent in training programs for commercial department employees during 2008-2009.

У 2008-2009-му роках навчальна програма для торгового персоналу нараховувала більше 15 тренінгових програм. Ось найважливіші з них:

- Введення у посаду нових торгових представників.
- Основні навички продажу.
- СПІН – ефективний продаж.
- Академія успішних продаж
- Основи роботи з ключовими клієнтами
- Активізація торгових точок.
- Коучинг.
- Цільовий підбір персоналу.
- Університет генеральних директорів.
- Бізнес-планування для ключових замовників.
- Ведення переговорів.

Виробництво

Виробництво є життєво важливою частиною нашого бізнесу – як приміщення, що є серцевиною, так і люди, які оперують найсучаснішим обладнанням.

Наше виробництво сертифіковано за системою міжнародних стандартів ISO, зокрема системою управління якістю 9001, системою охорони довкілля 14001, системою управління безпекою харчових продуктів HACCP 22000 (Hazard Analysis and Critical Control Points).

Система якості та безпечності харчових продуктів

Гарантія високої якості та безпеки продукції компанії – найважливіший аспект нашого бізнесу. Це означає, що наш, один з найсучасніших та найпотужніших у Європі, завод із виробництва безалкогольних напоїв відповідає найвищим українським та світовим стандартам якос-

- Business Planning for Key Accounts;
- Negotiation Skills.

Production

Production is an essential part of our business – the facilities as a core place and the people who operate the up-to-date equipment.



Our production is certified under international standards system ISO, Quality Management System 9001, Environment Management System 14001, Hazard Analysis Critical Control Point System 22000 (HACCP).

Manufacturing. Quality system and safety of food products

Ensuring high quality and safety of our products is most important for our business. It means that our plant – one

Во́да, що добувається, вже є питною за всіма параметрами та стандартами.

ті. Ця відповідність підтверджена низкою міжнародних та українських сертифікатів якості, серед яких система управління якістю продукції, сертифікована за ISO 9001:2008 та ISO 22000:2005.

Встановлення щорічних задач з якості та безпечності харчових продуктів для всіх технологічних процесів забезпечує постійне вдосконалення і відповідність всім стандартам.

Крім того, «Кока-Кола Бевєріджиз 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 компанії, або на які ці системи впливають.

Виробничі потужності

Завод видобуває воду 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 головним елементом заводу, тож ретельно охороняються, перебувають під постійним відеоспостереженням та 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 Бевєріджиз Україна» працює 12 ліній з розливу напоїв:

- 5 ПЕТ-ліній з розливу солодких газованих напоїв у пластикові пляшки об'ємом 0,5, 1, 2 та 2,5 літрів;
- 1 лінія з розливу в банку об'ємом 0,237; 0,25; 0,33 та 0,5л;
- 1 лінія з розливу у скляні пляшки;

of the most modern and most powerful beverage plants in Europe – meets the highest Ukrainian and world quality standards. This compliance is confirmed by a number of international and Ukrainian certificates on quality, including food products quality system management, certificated under ISO 9001:2008 and ISO 22000:2005.

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.

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

The plant extracts water from the wells of Senoman (220m) and Jurrasic (390m) horizons – this depth ensures absence of anthropogenic origin pollution. On the surface, the wells are covered with special constructions. They are the key element 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.

The Coca-Cola Beverages Ukraine bottling plant in Kyiv currently operates twelve bottling lines:

- Five PET lines for sparkling beverages in 0.5, 1.2 and 2.5 liter PET plastic bottles;
- One canning line for production of 0.237, 0.25, 0.33 and 0.5 liter can;
- One glass bottling line;

Water from the wells by all parameters and standards is ready suitable for drinking.

- 4 лінії з розливу соків, що випускаються під торговельними марками «Rich», «Добрий» та «Ботанік»;
- 1 лінія POM здійснює розлив сиропів для апаратів ресторанів швидкого харчування;
- 1 лінія APET здійснює розлив холодних напоїв під торговельними марками «Nestea» об'ємом 0,5 та 1,5 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 супершвидкісних ліній

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

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

Квітень 2007 року відзначився важливою для Кока-Кола в Україні подією — довгоочікуваним встановленням нової мультиформатної виробничої лінії для приготування, розливу, пакування та палетування продукції Компанії. Ця лінія — одна із найшвидших та найпотужніших в Україні, що дало змогу суттєво збільшити обсяги виробництва, асортимент продукції та відновити на заводі баночне виробництво. Нове обладнання втілює найсучасніші високотехнологічні розробки у галузі виробництва безалкогольних напоїв, зокрема вбудовану систему глобальної статистики та аналізу роботи лінії, а також вбудовану систему контролю за якісними параметрами продукту. Нова 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

- Four lines for bottling juices under “Rich”, “Dobryi” 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.

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.

Features of the super speed 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 finish – including 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-liter.

April 2007 saw the long-awaited installation by Coca-Cola Beverages Ukraine of a new “multi format” production line for the preparation, bottling, packing and palleting of the Company’s products. One of the most advanced bottling lines in Ukraine, it will enable the Company to expand its production volume and product range and to restart can production. The new equipment incorporates the latest technological developments in soft drink production, including a new system for statistical analysis of line functioning and an embedded system for quality parameter control. The new 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. At the beginning of August the aseptic line started mass production.

На 28 200 м² - з 300 м² до 37 500 м² - збільшилася площа київського складу впродовж 2008-2009-го років внаслідок бурхливого зростання виробництва продукції компанії.

The line is self-contained and highly compact (one machine replaces four separate units), enhancing efficiency, speed, and compliance with increased standards of hygiene and standardization.

чаю Nestea. На початку серпня асептична лінія розпочала масове виробництво продукції.

Склади

Компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна має два власних склади — у Києві та Львові. Загалом на київському складі працює біля 123 особи, а на львівському — 25.

Також для забезпечення доставки продукції в регіонах, Компанія орендує 11 регіональних складів загальною площею близько 23 000 м². На регіональних складах працює ще близько 140 працівників.

Максимальна ефективність роботи досягається завдяки спеціально розробленій схемі розрахунків.

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 максимальний командний дух у колективі та трудову дисципліну. Навчання персоналу також проводиться у сфері управління запасами продукції. Водії автотранспорту проходять тренінговий курс із безпечного водіння.

З метою покращення якості зберігання нашої продукції та зменшенню втрат було 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 зменшення втрат на регіональних складах на 84% порівняно до попереднього періоду.

Warehouse

Coca-Cola Beverages Ukraine has two dedicated warehouses, in Kyiv and Lviv. The Kyiv warehouse employs approximately 123 people and the Lviv warehouse has 25 employees.

In order to deliver the product in the regions, 11 additional warehouses are rented regionally, with the total area of 23 000 m². There are almost 140 employees working at these regional warehouses.

Maximum efficiency at the warehouses is achieved through specially developed calculation systems.

To maximize efficiencies, the Company also employs several specialized warehouse management systems. One of these systems controls the distribution of goods within the warehouse, which is organized by category: rapid, middle and slow. Commodities which are sold faster are situated close to the shipment area.

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 their skills to create a strong team spirit and discipline. The car loaders pass a training on safe driving.

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 84% last year in comparison with the previous period.

28 200 m² of additional space were added to the Kyiv warehouse in 2008-2009 to accommodate the rapid growth in the volume of Company products sold in Ukraine. The warehouse more than tripled in size, from 9’300 m² to 37’500m².

Більше 280 вантажівок кожного дня розвозять продукцію компанії Україною, відвідуючи щодоби близько 4 500 клієнтів.

Дистрибуція

Кока-Кола Беверіджиз Україна створила свою власну унікальну систему прямої дистрибуції, завдяки якій близько 90 000 клієнтів по всій Україні отримують улюблені напої під торговою маркою Кока-Кола 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 таким аспектам: комп'ютерній оптимізації маршрутів, технічному догляду та ремонту машин, споживанню пального, контролю за збереженістю продукції, а також управлінню водіями машин доставки.

Сьогодні Компанія застосовує ступеневу систему, яка дозволяє на підставі щоденних результатів прослідкувати економічну ефективність кожної доставки, залежно від маршруту, завантаження та інших факторів. З метою вдосконалення навичок з керування автомобілем та зменшення кількості аварій були розроблені навчальні курси, і кожен водій, що працює у Компанії, зобов'язаний їх пройти. Водії, що працюють в Компанії, проходять щорічну оцінку своїх навичок. У результаті цього з року в рік зменшується кількість аварій, хоча автомобільний парк Компанії та кількість пройдених машинами кілометрів зростає.

Винагорода за працю

Ми стежимо за рівнем заробітних плат на ринку України і слідуємо за тим, щоб наші працівники отримували достойну винагороду за свою працю. Крім того, у нас працює система бонусів, яка діє для підвищення зацікавленості працівників у поліпшенні результатів роботи, своєчасному і якісному виконанні поставлених цілей. Існуюча система бонусів встановлена для працівників Торгового відділу, відділу Логістики та Виробництва. Бонус має фіксований розмір, який нараховується на щомісячній основі відповідно до виконання визначених критеріїв, таких як обсяги продажу та доставки, ефективності виробництва, тощо. Також в Компанії для абсолютної всіх працівників запроваджено систему супербонусів, головна мета якої мотивувати працівників на досягнен-

Distribution

Coca-Cola Beverages Ukraine has created its own unique system of direct distribution which allows more than 90,000 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.

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 has decreased year-on-year, despite a continual increase in the number of Company cars and kilometers traveled.

Rewarding

We constantly monitor the level of wages on the Ukrainian market and ensure appropriate rewarding to our employees. 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, etc. The Company also has a "super-bonus" system for all employees. The purpose of this system is to motivate for achieving the overall result, volume and profit increase.

The Company especially respects and honors people who have served 5, 10, 15 years. In Ukraine, in addition to the traditional recognition by management, employees celebrating their 5th or 10th anniversary with the Company are awarded with silver and gold badges, respectively, and a special prize for those working 15 years.

More than 280 trucks deliver the Company's products to more than 4,500 customers every day throughout Ukraine.

During 2008-2009, special insignia were granted to 278 employees for 5 years of service, 14 for 10 year, and 5 first awards in Ukraine for 15 years.

ня загального результату, збільшення обсягів продажу та прибутку Компанії.

Компанія особливо шанує та відзначає тих, хто віддав їй 5, 10, 15 років. В Україні, окрім традиційних подяк та привітань від керівництва компанії, працівники, які відзначають 5- та 10-річчя роботи в компанії, отримують відповідно срібні та золоті відзнаки, а за 15 років сумлінної праці – спеціальний подарунок.

Події

Місяць "Coca-Cola"

2009 року Компанія розпочала довготривалу кампанію зі зміцнення довіри до своїх брендів, і розпочала її саме зі співробітників. За результатами попереднього опитування, було розроблено спеціальну програму та інформаційні матеріали, що включали брошуру із запитаннями та відповідями, постери, спеціальний випуск корпоративного журналу та сторінку на Інтранет. Також було створено унікальну он-лайн вікторину, у якій взяло участь 58 команд по 4-6 осіб у кожній з головного офісу та усіх регіональних представництв, що склало майже 20% усіх співробітників. Старт Місяцю дала театралізована вистава у головному офісі компанії про історію винайдення напою Соса-Кола та розвитку компанії. Щоб передати інформацію та надихнути усіх співробітників у регіонах, топ-менеджери Компанії, включно з Генеральним директором, здійснили поїздки в усі регіональні відділення.

Внутрішня комунікація

Кока-Кола в Україні – це велика складна система, тож для інформування співробітників про діяльність компанії,



Events

Coke Month

In 2009 The Company has launched a long-term campaign aimed at strengthening trust in our brands, and it was started with the Company's employees. Based on the results received of a preliminary poll, a special program with informational materials that included a Q&A booklet, posters, special issue of the corporate magazine and Intranet page were created. Besides, a special on-line quiz was developed, and 58 teams of four to six people from the headoffice as well as all branches, participated in it. A theateric performance at the headoffice premises on Coca-Cola invention and development gave a start to the Coke Month. To spread the information and inspire all the employees in the regions, the Company's top-managers, including the General Manager, visited the braches in all regions.

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.

To ensure timely information flow and respective feedback, Intranet was launched in 2009. Now everyone in the headoffice as well as in every region see the Company news while opening the Internet browser.

Corporate magazine "Our Circle" exists in Coca-Cola Ukraine since 2004. This is a quarterly

новини ринку та нашої компанії, і навіть особисті новини співробітників, існує налагоджена внутрішня комунікація. Корпоративний журнал, Інtranет, а також спеціальні листівки до подій, які організовує компанія, – це те, що допомагає кожному бути поінформованим та відчувати себе невід'ємною частиною великого організму компанії.

Для оперативного реагування і швидкого зв'язку з усіма співробітниками 2009 року було запущено Інtranет. Тепер кожен – як в центральному офісі, так і в кожному регіоні – заходячи в Інтернет, бачить новини Компанії.

Журнал «Наше коло» існує в Кока-Кола від 2004 року. Він виходить щоквартально і поширюється на усі регіональні відділення та, звичайно, центральний офіс. З року в рік «Наше коло» удосконалюється. Підтвердженням цього стало перше місце серед компаній – виробників безалкогольних напоїв та друге місце серед понад 90 учасників конкурсу «Краще корпоративне медіа України - 2008», який щорічно організовує Асоціація корпоративних медіа України.

Дитячий відпочинок

В Кока-Кола Україна з 2000 року успішно працює програма літнього відпочинку для дітей працівників. Компанія організовує літній відпочинок для дітей працівників у найкращих дитячих таборих та оздоровчих центрах Криму, Одеси, Закарпаття та Київщини. Окремої уваги заслуговує організація дитячих новорічних вечірок – грандіозних святкування із веселими розвагами, конкурсами та подарунками.

Поза роботою

Здоров'я, безпека та добробут працівників Компанії є основою діяльності системи Кока-Кола у світі та в Україні зокрема. «Працювати із задоволенням та гідно відзначати гарні результати роботи» – загальний принцип співпраці Кока-Кола Україна з персоналом. Поважаючи унікальність та індивідуальність кожної людини, Кока-Кола в Україні докладє зусиль для того, 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

magazine distributed in the headoffice and all regional offices as well. As a proof for its high quality and constant improvement, it was named first among FMCG companies and second among all 90 participants of the "2008 Ukraine's Best Corporate Media" contest, organized by the Corporate Media Association of Ukraine.

Children's summer camp

Coca-Cola Ukraine has been running a program of summer activities for employees' children since 2000. Activities are organized in the most popular children's camps and health centers of Crimea, Odessa, Zakarpattya and Kyiv region. Special New Year's parties for children are also organized as exciting celebrations with fun-packed entertainment, competitions and gifts.

Beyond the work

The health, safety and welfare of the Company's employees is a primary concern 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.

Active Lifestyle

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 the Kyiv employees' football team, which celebrated its 10th anniversary in 2008. The employees of all business functions gather together on the field – from the trade representatives to the general director of Coca-Cola Ukraine. The team participates in a number of football competitions among Ukrainian companies, and for several years it has been invited to a Coca-Cola European tournament in Slova-

More than 300 children of employees took advantage of the summer activities program in 2008-2009.

Every year more than 800 children take part in the special children's New Year's celebrations.

80 гравців у 10 регіональних командах нараховував започаткований у 2007 році щорічний внутрішній футбольний турнір між командами виробничих ліній заводу та складу готової продукції.

80 players in 10 teams from regions have competed in the annual Coca-Cola Ukraine football tournament, founded in 2007.

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.

Активний спосіб життя

Турбота Кока-Кола Україна про активний спосіб життя та спортивний відпочинок своїх працівників – це складова загальної стратегії Кока-Кола щодо активного способу життя персоналу компанії вважається футбольна команда з київських працівників Кока-Кола Україна, яка 2008 року відзначила 10-й рік свого існування. У цьому футбольному колективі на полі разом збираються працівники усіх ланок бізнесу – від торговельного представника до Генерального директора Кока-Кола в Україні. Команда з честю виступає на численних футбольних бізнес-змаганнях між українськими компаніями та вже кілька років поспіль запрошується на європейський міжнародний турнір у Словаччині, де змагається з колегами з відділень Кока-Кола у Чехії, Угорщині, Румунії, Словаччині, Словенії та Австрії. 2007 та 2008 стали роками нашого переможного триумфу на цьому турнірі.

kia, where it competes with colleagues from Coca-Cola operations in the Czech Republic, Hungary, Romania, Slovakia, Slovenia and Austria. Ukraine took the tournament championship in both 2007 and 2008.





Ярослав Пастушенчин
Керівник виробництва соків

Yaroslav Pastushenchyn
Juice Production Manager

Довкілля

Environment

«Ми щороку проводимо екологічний аудит Компанії «Кока-Кола Беверіджиз Україна» на відповідність стандарту ISO 14000. Аудити відбуваються легко, адже ця компанія працює відкрито і прозоро для будь-яких інспекцій. У нас ніколи не виникало непорозуміннь щодо виконання екологічних вимог, і ми із задоволенням надавали підтвердження сертифікату ISO 14000.»

*Оксана Костенко,
Менеджер з оперативної роботи сертифікації систем і послуг –
Східна Європа,
ІП "SGS Україна"*

«Компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» надзвичайно відповідально ставиться до довкілля і до водних ресурсів зокрема. Для добування води використовується найсучасніше і найякісніше обладнання. Ця компанія має усі ліцензії і дозволи на право використання підземних вод і слідкує за збереженням постійного рівня водних ресурсів. Дуже приємно, що в Україні є такі свідомі і активні у справі збереження довкілля компанії».

*Олександр Нікіташ,
Директор Центру
гідрогеологічних і
геологоекологічних досліджень
ПДРГП «Північгеологія»*

«В Компанії Кока-Кола добре розуміють цінність ресурсів і важливість подальшої переробки відходів. Тут старанно відділяють і сортують відходи, які підлягають переробці і повторному використанню. Це вигідно самій компанії, і в той же час значно зменшує забруднення довкілля».

*Володимир Слабий,
Голова Української
пакувально-екологічної коаліції
«УкрПЕК»*



Environment

"We conduct environmental audit for compliance with ISO 14001 standard at Coca-Cola Beverages Ukraine every year. These audits pass easy as the Company operates transparently and is open for any inspections. We had never have any misunderstandings as to environmental requirements implementation, and were always happy to re-confirm ISO 14001 certification."

*Oksana Kostenko,
System and Services Certification,
FE "SGS Ukraine"*

"Coca-Cola Beverages Ukraine treats environment and water resources in particular with the highest responsibility. They use the most modern equipment of the highest quality to extract water. This Company has all licenses allowing it to use the underground water, and they care for preserving the corresponding level of underground waters. It is very nice to have such active companies in Ukraine who really care for the environment."

*Oleksandr Nikitash,
Director of Hydrogeological and
Geology-Ecological Research,
"PivnichGeology"*

"They have full understanding of the value and importance of wastes processing in Coca-Cola Ukraine. They carefully separate and sort wastes which can be re-used. It is profitable for the Company, and at the same time it substantially decreases pollution of the environment."

*Volodymyr Slabiy,
Chairman, Ukrainian Packaging &
Ecological Coalition
"UkrPEK"*

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.

Компанія прийняла Екологічну політику, якою і керується у впровадженні програм за трьома пріоритетними напрямками:

- Ефективність використання води та очищення стічних вод;
- Енергоефективність та зменшення викидів CO₂;
- Зменшення обсягів твердих відходів та збільшення кількості переробки.

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

Розвиток системи екологічного менеджменту

Жовтень 2002 року – іноземне підприємство «Кока-Кола Беверіджиз Україна», першим серед підприємств харчової промисловості в Україні, сертифікувало систему екологічного менеджменту відповідно до вимог ДСТУ ISO 14001:1997 у системі УкрСЕПРО.

Січень 2003 року – Кока-Кола в Україні – перша компанія в нашій країні, яка отримала сертифікат «Екологічно чиста» для вітчизняного бренду води «Юрське Джерело».

- Жовтень 2004 року – Система екологічного менеджменту Компанії успішно пройшла сертифікаційний аудит Компанії SGS та отримала міжнародний сертифікат ISO 14001:1996.
- Жовтень 2005 року – Компанія підтвердила відповідність системи екологічного менеджменту до вимог ISO 14001 версії 2004 року під час аудиту, проведеного Компанією SGS.
- Грудень 2006 року – Система екологічного менеджменту ресертифікована в системі УкрСЕПРО на відповідність вимогам ДСТУ ISO 14001:2006. Крім того, сферу застосування системи поширено і на процес виробництва соків та нектарів «Добрий»™ та «Rich»™.
- Жовтень 2007 року – Система екологічного менеджменту Компанії успішно пройшла ресертифікаційний аудит Компанії SGS.

Coca-Cola in Ukraine is committed to minimising 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. The Company has established a comprehensive Environmental Policy, which provides direction for programmes that are carried out in three priority areas:

- Improving water efficiency and treating wastewater;
- Improving energy efficiency and reducing carbon emissions;
- Reducing solid waste and increasing recycling.

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

Development of environmental

October 2002 – Coca-Cola Beverages Ukraine Limited was the first company in the Ukraine food industry to certify its Environmental Management System in compliance with the ISO 14001:1997 standards issued by the Ukrainian certification authority according to UkrSEPRO requirements.

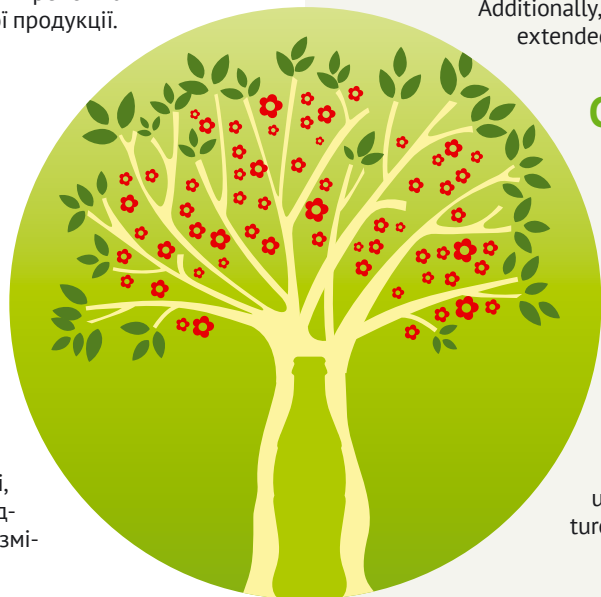
- January 2003 – Coca-Cola Ukraine was the first company in Ukraine to obtain the certificate "Ecologically Clean" for its domestic water brand "Yurske Dzherelo".
- October 2004 – The Corporate Environmental Management System was successfully audited by the international audit firm, SGS and obtained the international certificate ISO 14001:1996.
- October 2005 – The Company demonstrated compliance of its Environmental Management System with the requirements of ISO 14001 2004 in an audit conducted by SGS.
- December 2006 - The Environmental Management System was re-certified in the UkrSEPRO system as in compliance with the standard ISO 14001:2006. Additionally, application of the system was extended to the production process for TM "Rich" and "Dobriy" juices and nectars.

2007 року Кока-Кола в Україні святкувала своє 15 річчя в Україні. За останні декади Компанія перетворилася в найпотужнішого виробника безалкогольних напоїв, який втамовує спрагу більш ніж 46 мільйонів українців.

- Грудень 2007 року – Компанія підтвердила відповідність системи екологічного менеджменту та ресертифікована в системі УкрСЕПРО на відповідність до вимог ДСТУ ISO 14001:2006.
- Жовтень 2008 року – Компанія підтвердила відповідність системи екологічного менеджменту до вимог ISO 14001 версії 2004 року під час аудиту, проведеного Компанією SGS.
- Грудень 2008 року – Компанія підтвердила відповідність системи екологічного менеджменту в системі УкрСЕПРО на відповідність до вимог ДСТУ ISO 14001:2006.
- Жовтень 2009 року – Система екологічного менеджменту Компанії успішно пройшла повторний сертифікаційний аудит Компанії SGS та підтвердила дію міжнародного сертифікату ISO 14001 : 2004.
- Грудень 2009 року – Система екологічного менеджменту ресертифікована в системі УкрСЕПРО на відповідність вимогам ДСТУ ISO 1400:2006. Крім того, сферу застосування системи поширено і на процес виробництва асептичної продукції.

Зміна клімату

Щодня ми використовуємо енергію для обігріву будинків, поїздок транспортом та роботи офісів. Енергія також використовується на підприємствах для виробництва різних товарів. Її основним джерелом є згорання нафти, вугілля та газу, у результаті чого в атмосферу вивільняється двоокис вуглецю – CO₂ – «парниковий газ». Більшість вчених сходяться на думці, що парниковий ефект сприяє підвищенню температури Землі та зміні клімату.



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 the burning of fossil fuels, such as oil, coal and gas, which releases carbon dioxide, CO₂, a primary “greenhouse gas” into our atmosphere. Most scientists agree the greenhouse effect contributes to raising the Earth’s temperature and altering its climate.

- October 2007 – The Environmental Management System was successfully re-certified by SGS.
- December 2007 - The Environmental Management System was re-certified in the UkrSEPRO system for compliance with the standard ISO 14001:2006.
- October 2008 – The Company demonstrated compliance of its Environmental Management System with the requirements of ISO 14001 2004 in an audit conducted by SGS.
- December 2008 - The Environmental Management System was re-certified in the UkrSEPRO system for compliance with the standard ISO 14001:2006.
- October 2009 – The Corporate Environmental Management System was successfully audited by the international audit firm, SGS and obtained the international certificate ISO
- December 2009 - The Environmental Management System was re-certified in the UkrSEPRO system as in compliance with the standard ISO 14001:2006. Additionally, application of the system was extended to the APET production

Задля стабільного забезпечення водними ресурсами та продуктами сільського господарства, які використовуються в наших напоях, Компанія взяла на себе зобов’язання мінімізувати свій вплив на клімат.

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 забезпеченості їжею і здоров’я. Бідні країни постраждають найбільше, але 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. Тому, задля стабільного забезпечення водними ресурсами та продуктами сільського господарства, які використовуються в наших напоях, Компанія взяла на себе зобов’язання мінімізувати свій 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 напрямі?

У Системі Кока-Кола прийнято багатогранну стратегію, де проблему 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.

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. Poorer countries tend to suffer the most, but 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 the long-term sustainability of freshwater resources and the agricultural products used in our beverages, the Company is committed to minimizing our impact on our climate. This is not only important for our business, it’s important for the sustainability of the communities where we operate as well.

Reducing energy usage also allows us to cut operational costs and form stronger relationships with stakeholders who are increasingly becoming aware of and concerned about businesses’ environmental footprints.

Our response to climate change reflects the Company’s integrated 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 that will make working to combat climate change a priority.

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 into our business a strategy for climate protection.

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.

To ensure the long-term sustainability of freshwater resources and the agricultural products used in our beverages, the Company is committed to minimizing our impact on our climate.

2009 року Компанія Кока-Кола в Україні встановила обладнання та впровадила 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 одну поїздку.

Наш завод було оцінено як такий, що повністю відповідає міжнародним та українським

Прозорість

Ми переконані, що для ефективної роботи із захисту клімату потрібно оприлюднювати показники та результати. Тому ми надаємо опис парникових газів, які утворюються у результаті нашої діяльності, та залишаємось відкритими до розкриття інформації щодо викидів.

Зелене та безпечне водіння

2009 року було впроваджено проект Зеленого та Безпечного водіння, метою якого є досягнення трьох основних цілей:

- використання пального на транспорті Компанії;
 - зменшення викидів CO₂ в навколишнє середовище;
 - скорочення випадків дорожньо-транспортних пригод.
- Завдяки скоординованим діям Відділу логістики, постійному фокусу та зусиллям усіх працівників, протягом 2009 року на транспорті Компанії вдалося досягти:
- зменшення витрати пального на 243 000 літрів,
 - зменшити викиди CO₂ на 388 тони,
 - зменшити рівень ДТП на 11% порівняно з 2008 роком.

Відповідність екологічним стандартам

Вже багато років у нашій компанії осінь — пора аудитів. Наприкінці листопада 2009 ми вкотре пройшли аудит на відповідність міжнародному екологічному стандарту ISO 14001: 2004 року та підтвердили дію сертифікату, що отримали раніше.

А на початку грудня ми пройшли ще один аудит Компанії УкрСЕПРО ДП «Укрметртестстарт», чим було підтверджено успішність семирічної роботи із впровадження та вдосконалення системи екологічного менеджменту відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO14001:2006 та корпоративних стандартів Компанії Кока-Кола «eKo-system».

Being Transparent

To effectively protect our climate, we believe it is important to share our findings and developments with the public. To this end, we have disclosed our greenhouse gas inventory and remain committed to publicly disclosing information about our emissions.

Safe & Eco Driving Project was launched in 2009. Its main objectives are:

- to reduce fuel consumption by the Company fleet;
- to reduce CO₂ emissions;
- to decrease the number of traffic accidents.

As a result of coordinated steps in the Logistics department, constant focus and efforts by all employees, during 2009 we have achieved:

- reduction in fuel consumption by 243 000 litres;
- reduction of CO₂ emission by 388 tons;
- the number of traffic accidents with the same fleet decreased by 11% in comparison with 2008.

Compliance with environmental standards

Autumn has become a season of audits for our company for many years already. In November 2009 we once again passed the audit for compliance with international environmental standard ISO 14001:2004 and reaffirmed the validity of our compliance certificate.

In December 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 «eKo-system» standart.

This year we received only positive feedback from the auditors and did not hear any observations concerning our operating System for Environmental Management (SEM)!

In 2009 Coca-Cola in Ukraine installed equipment and introduced videoconferences into its daily business practice. Now our employees in various countries across the world are offered the opportunity of videocommunication that leads to decreasing the carbon emissions. 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.

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

Цього року від аудиторів ми отримали лише позитивні відгуки та не почули жодного зауваження щодо працюючої на заводі Системи Екологічного Менеджменту (СЕМ)!

Моніторинг екологічних показників

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

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

Для моніторингу цих впливів встановлені екологічні показники, які постійно визначає і аналізує група фахівців Компанії. Для прикладу, це:

- 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 по-

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
- energy release
- formation of waste products and their impact on the environment

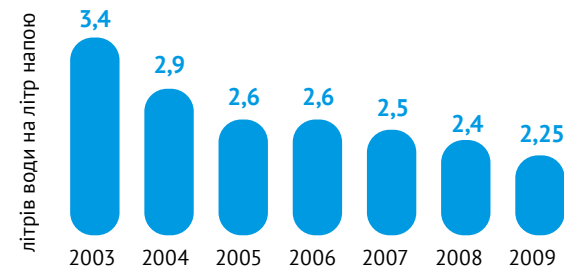
To measure these impacts, specific indicators have been defined and are continually assessed and analyzed by a Company expert group. Examples of indicators used:

- 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 re-use;
- Quantity of organic substances in waste waters BOD, mg/litre of beverage;
- Diesel fuel consumption for 1000 litres of transported beverage, l/l

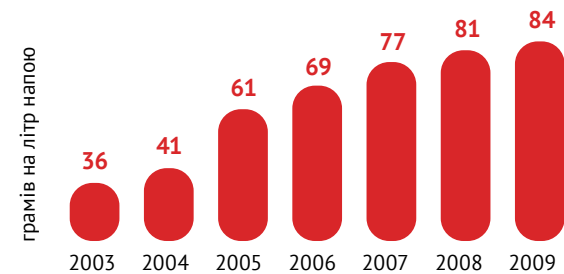
Using these indicators, the Company can accurately measure its impact on the environment and continually improve its environmental performance.

стійно вдосконалювати свою діяльність стосовно охорони природи.

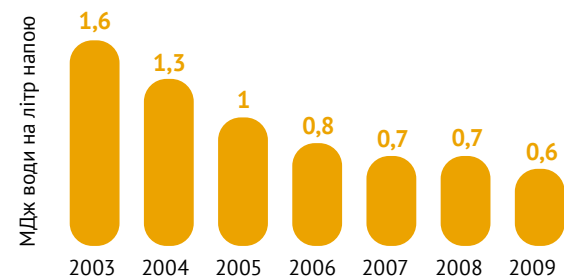
Використання води



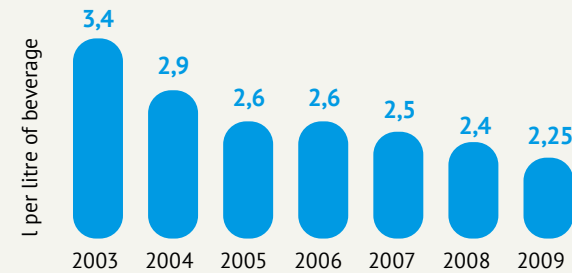
К-сть утилізованих відходів, %



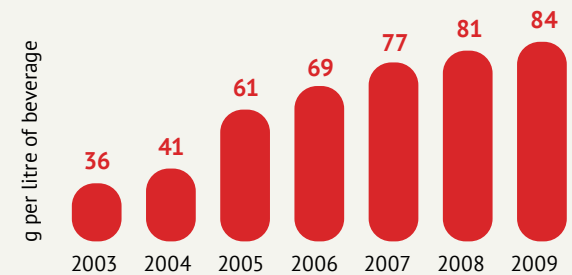
Використання енергії



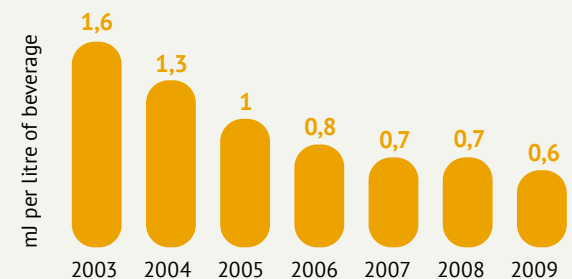
Water use



Waste processing



Energy use



Сировина та матеріали

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

Зокрема, 2009 року 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:

Преформа для пляшки об'ємом	Вага
2007	
0,5л	24 гр
1 л	37 гр
2 л	50 гр
2009	
0,5 л	22 гр
1 л	33 гр
2 л	49 гр

- ретельно підбирає постачальників при закупівлі сировини та матеріалів, тощо.

Енергія

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

- встановлення лічильників на кожну виробничу лінію;
- заміною ртутьовмісних ламп на металогалогенові енергозберігаючі;
- встановлення енергозберігаючого обладнання, яке задіюють в технологічних процесах;

Raw and other materials

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

In particular, in 2009 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:

Preform for bottle	Weight
2007	
0,5l	24 gr
1 l	37 gr
2 l	50 gr
2009	
0,5 l	22 gr
1 l	33 gr
2 l	49 gr

- thorough selection of suppliers in the purchase of raw and other materials

Energy

One of the Company's top environmental priorities is to minimize the use of energy and release of emissions. This is achieved through:

- installation of counter sets in each production line;
- change of mercury-containing lamps to metal-halogen energy-saving lamps;
- installation of energy-saving equipment used in technological processes;
- use of modern equipment for absorption of natural gas combustion materials that become the raw material for carbonic acid production

One of the Company's top environmental priorities is to minimize the use of energy and release of emissions

- використання сучасного обладнання для абсорбції продуктів згорання природного газу, які надалі стають сировиною для виробництва вуглекислоти;
- своєчасного технічного обслуговування транспортних засобів та оптимізації маршрутів їх руху в процесі доставки продукції.
- переходу на електронний моніторинг показників, а саме контролюванню їх системою АСКУЕ (автоматичною системою контролю електроенергії).

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 67% у 2006-му році відбулося збільшення утилізованих відходів до 84 % у 2009 році;
- мінімізація використання сировини, яка використовується для пакування продукції, що, в свою чергу, призводить до зменшення відходів упаковки у кінцевого споживача.

Упаковка

Кока-Кола в Україні прагне зменшити вплив упаковок на довкілля. Компанія постійно працює над тим, щоб врахувати критерії навколишнього середовища; зосереджується на зменшенні використаного матеріалу. Наприклад, спершу дволітрова пластикова пляшка важила понад 56 грам, тепер вага зменшилась до 50 грам.

Найбільш прийнятним матеріалом для повторної переробки є ПЕТ-тара – найгнучкіший технічний полімер. 2008 року у нас на підприємстві утворилось 15 000 тонн відходів ПЕТ-пляшки, 2009 – 13 500 тонн. Ці відходи було пе-

- regular transport maintenance and optimization of delivery vehicle movements
- electronic monitoring of key indicators, in particular, an electronic system for commercial accounting of power consumption

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 in the bottling and storage of our beverages and plays an important role in marketing and providing convenience to consumers.

In order to decrease the amount of solid waste generated in the production of our beverages and to minimize its impact on the environment, the following measures have been taken:

- waste separation and recycling: the amount of recycled waste increased from 67% in 2006 to 84% in 2009;
- minimization of raw materials used for packaging, which in turn decreases package waste generated by consumers.

Packaging

The Company continually strives to reduce the amount of material used in its packaging. For example, the 2-litre plastic bottle, which originally weighed more than 56 grams, now weighs as little as 50 grams.

PET package is the best material for recycling, as it is the most ductile polymer. 15 000 tons of PET waste were produced in 2008 and 13 500 tons in 2009. It was all passed to such specialized enterprises as “Khimvolokno”, “ObuhivVtorResurs”, “Izmail”, “Rubizhanka”, and so on. There, they produced carpets, office furniture, audio and video tapes, package film, buckets, waste sacks, pipes, and other useful articles.

All waste of the package we use are 100% recyclable.

In addition, the Company supports the use of returnable beverage packaging, which reduces energy consumption and minimizes materials used. Currently glass bottles, plastic cases and trays are returnable.

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.

редано спеціалізованим підприємствам, таким як «Хімволокно», «Обухівторресурс», «Ізмаїл», «Рубіжанка» та ін. 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.

Вода

Вода – дуже важлива для бізнесу виробництва напоїв. Це – основний інгредієнт продукту, обов'язкова складова більшості виробничих процесів.

Вода, звичайно ж, є життєво необхідною для здоров'я суспільства. Враховуючи важливість цього питання, ми віримо, що ефективне та дбайливе використання, а також контроль за якістю води є пріоритетним для тривалого ведення бізнесу. Кока-Кола в Україні зосереджується на ініціативах, які спонукають раціонально використовувати воду, ефективно очищати стоки та підтримувати проекти з водозбереження.

Раціональне використання води

Враховуючи той факт, що у своїй діяльності Компанія використовує підземні водні ресурси, запроваджено:

- проекти раціонального водоспоживання;
- контроль рівня підземних вод сеноманського та юрського горизонтів з яких ми забираємо воду
- ефективне використання води на виробництві;
- повторне використання води;
- біологічну очистку стічних вод;
- соціальні проекти для формування доброзичливого екологічного світогляду.

Перелік показників розширюється залежно від змін міжнародного законодавства та результатів роботи всіх заводів Кока-Кола у світі.

Коефіцієнт використання води в Компанії складає у середньому близько 2,3 л на літр виготовленого напою, що в 2,5 рази менше, ніж встановлений показник для галузі виробництва безалкогольних напоїв та питних вод.

Water

Water plays an important role in beverage production. It is the main ingredient in beverage products, and it is used in the production process.

Water is vital for the health of society. Responsible stewardship of water resources – both the amount of water used and assurance of water quality – is a top priority for The Coca-Cola Company. Coca-Cola Ukraine focuses on initiatives related to the economical use of water, water quality and treatment of waste water.

Rational Water Use

Given that the Company uses ground water, the following measures are taken to ensure the responsible use of this important resource:

- rational water consumption
- control of groundwater Cenomanian and Jurassic horizons from which we extract water
- effective use of water for production
- water reuse
- biological cleaning of waste waters
- community projects designed to encourage public awareness of water-related ecological issues and responsible use of water.

The average Company water use ratio is approximately 2.3 liters per litre of beverage produced, which is 2.5 times lower than the indicator legally approved for production of soft drinks and drinking waters.

A 'Water Resources Saving' program has been developed to ensure the achievement of our goals for the rational use of water resources. The program includes training and the sharing of best international practices.

The Company's use of water resources is in strict accordance with expressly defined legislative controls and regular verifications by authorized bodies. The Company has all necessary licenses and permissions, takes all required measures and pays all taxes and fees for the water used in a timely fashion.

Слід зауважити, що передова технологія інтенсивної біологічної аеробної ситеми очистки стічних вод сконструйована таким чином, що процедура перехрестного щоденного їх контролю сторонньою організацією повністю виключає можливість зливати неочищені води до зрошувальних каналів. І поселення на берегах одного з каналів сімейства бобрів повністю це підтверджує.

Наша програма Збереження Водних Ресурсів розроблена для того, щоб гарантувати досягнення мети раціонального співвідношення у використанні водних ресурсів. Програма включає тренінги та поширення найкращої міжнародної практики, самооцінку інструментарію.

Стічні води

Стічні води з наших очисних споруд очищаються до рівня, який відповідає вимогам місцевого законодавства та стандартів Компанії Кока-Кола, і, крім того, є придатним для життєдіяльності риби.

Цей факт Кока-Кола в Україні успішно демонструє, наповнюючи виключно очищеними стічними водами декоративне озерце, облаштоване на території заводу, в якому живе декілька різновидів риби.

Суспільні проекти

Кока-Кола в Україні переконана, що внесок у використання водних ресурсів є позитивним прикладом для захисту довкілля на заводах харчової промисловості в Україні. 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.

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 and is capable of supporting aquatic life.

As a demonstration, Coca-Cola Ukraine maintains a decorative lake on the grounds of our bottling plant which is filled solely with treated wastewater from the plant and in which several species of fish live.

Joint 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, using knowledge and experience gained at both the local and global levels, the Company has undertaken a number of projects designed to raise public environmental awareness and encourage conservation, in partnership with non-governmental organizations and local communities. On a regular basis, the Company:

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

It is worth noting that 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.



Володимир Блажкун
Спеціаліст з проведення
маркетингових заходів

Volodymyr Blazhkun
Marketing Action Specialist

РИНОК

Marketplace

«Нам надзвичайно приємно працювати з компанією «Кока-Кола Беверіджиз Україна». Це надійна компанія. Робити замовлення легко і зручно, і ми завжди отримуємо продукцію вчасно, чітко і правильно».

*Євген Шаталов,
Категорійний менеджер категорії алкоголь і напої,
«Фоззі Груп»*

«Saatchi & Saatchi вже багато років співпрацює з компанією Coca-Cola в Україні. За цей час ми переконалися: клієнт завжди задає тільки найвищі професійні стандарти – ті, яких дотримується сам. Велику повагу викликає як професійний рівень співробітників компанії, так і принципи, яких вони повсякденно дотримуються у роботі. До того ж, спільна робота з менеджерами клієнта, із таким досвідом і знаннями, допомагає нам постійно професійно зростати і вдосконалюватись: як під час тренінгів компанії, у яких агентство бере участь, так і в процесі роботи над кожним із проектів, які ми реалізуємо разом».

*Марина Валєєва,
Старший спеціаліст відділу
роботи з клієнтами,
Саачі і Саачі Україна*

«Нещодавно я знову повірила у чари – я виграла поїздку до США від Компанії Кока-Кола. Я отримала шокуючі враження від домівки Кока-Кола в Атланті – там справді, як у казці! Стільки вражень, які я отримала, неможливо оцінити, їх потрібно відчувати. Кока-Кола – це справді вибухове явище! Вона надає нам не лише насолоду від напою, але й насолоду життя».

*Оксана Труба,
Студентка Київського
політехнічного інституту,
Переможець акції*



Marketplace

“We are very satisfied working with Coca-Cola Beverages Ukraine. It is a reliable company. It is easy and convenient to order, and we always receive products in time, accurate, and properly.”

*Evgen Shatalov,
Category manager, alcohol and beverages,
Fozzy Group*

“Saatchi & Saatchi cooperates with Coca-Cola Ukraine for a number of years. This long-lasting experience proves that the Client does not only set us the highest professional standards, but meets them as well. We are impressed by the Coca-Cola managers’ competence and their adherence to the principles of the company. Besides, everyday cooperation with people of such knowledge and experience helps us to grow and improve ourselves either at trainings held by the Client we take part in or any project we work at together.”

*Marina Valeyeva,
Group Account Director,
Saatchi&Saatchi Ukraine*

“Recently my belief in miracles was renewed: I won a trip to the USA from Coca-Cola. I was really impressed by the trip, and especially Coca-Cola home in Atlanta – it’s a fairy tale! It is impossible to describe the feelings I had at the trip – one should experience it. Coca-Cola is a passionate phenomenon! It gives us enjoyment of the drink itself but also of life”.

*Oksana Truba,
Kyiv Polytechnic Institute student,
Winner of Coca-Cola promo*

Принципи та засади діяльності

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

Кока-Кола в Україні забезпечує споживачів продукцією та послугами, створюючи стабільні та вигідні умови для торгових точок, постачальників, дистриб'юторів та місцевих громад. Взявши собі за мету задоволь-

нити споживачів, ми дотримуємося таких ключових принципів:

1. Завойовуємо довіру, пропонуючи споживачам якісну та безпечну продукцію, яка відповідає їхнім потребам у напоях та личить їхньому стилю життя;
2. Підтримуємо наших бізнес-партнерів в країні та поза її межами, налагоджуючи з ними сталі, надійні, міцні та взаємовигідні стосунки;
3. Ведемо наш бізнес чесно та відкрито, дотримуючись найвищих етичних вимог.

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

Прикладом відповідального підходу може слугувати наша політика стосовно реклами та маркетингу, направлених на дітей до 12 років. Кока-Кола поважає роль батьків у вихованні дітей, особливо коли йдеться про вибір харчових продуктів. Ця політика діє в Компанії вже більш як півстоліття, однак ми продовжуємо змінюватись назустріч потребам споживачів та ринку.

Окрім того, Принципи роботи з постачальниками лежать в основі взаємин Компанії з усіма партнерами. Ми віримо, що відповідальний підхід у роботі і загальноприйнятті цінності є запорукою довготривалого і успішного бізнесу. 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.

Operating Principles

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

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:

1. We earn the trust of our consumers by providing safe, high quality products and services that satisfy their beverage needs and suit their lifestyles;
2. We support our business partners, both local and global, building sustainable, reliable, consistent and mutually beneficial relationships;
3. We conduct business in an honest and open manner, adhering to the highest ethical principles.

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 in step with consumers' needs and the marketplace.

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 to our long-term business success. 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.

Our “Responsible Marketing Practices - Advertising and Marketing to Children» (under the age of 12) Policy can be an example of the above statements.

Послуги найвищої якості

В Системі 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 (4А англійською).

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.

Доступність

Ми пропонуємо широкий асортимент напоїв, у різних пакуваннях 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.

Активізації

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 як компанія з багаторічним досвідом лідерства на ринку безалкогольних напоїв,

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.

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:

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

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 in the area of human rights, environmental and occupational health and safety.

За результатами щорічного дослідження, яке здійснює міжнародне агентство GfK, у 2009 році (вже п'ятий рік поспіль) компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна має найвищий рейтинг із задоволеності замовників співпрацю з компанією.

Найбільш значущим для нас критерієм задоволеності наших замовників є те, що Кока-Кола Беверіджиз Україна вкотре було названо найчеснішою компанією у веденні бізнесу серед постачальників товарів повсякденного попиту. (GfK Ukraine 2009).

приділяє особливу увагу побудові ефективних відносин з клієнтами. Саме тому наша компанія постійно відслідковує рівень задоволеності клієнтів нашою роботою та застосовує дієві засоби для його підвищення.

Ми займаємо перші позиції у більшості ключових параметрів задоволеності, серед яких найважливішими є:

- найбільш компетентна та швидкореагуюча торгова команда;
- найкращий рівень забезпечення ефективним торговельним обладнанням;
- забезпечення найоптимальнішим асортиментом продуктів та упаковок;
- найефективніша маркетингова підтримка.

Працювати з компанією «Кока-Кола Беверіджиз Україна» комфортно, тому що ми пропонуємо широкий асортимент товарів, який задовольняє найвибагливішого споживача: солодкі газовані напої, мінеральні води, соки, холодні чаї, квас 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 наших клієнтів, 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.

Нагороди брендів

Ярило

У червні 2009 р. під час IV Всеукраїнського фестивалю квасу «Ярило» отримав дві золоті медалі та почесні дипломи «Висока якість квасу» за смак квасу «Справжній» та смак квасу «Окрошечний». Окрім того, Почесний кубок та почесний диплом «Кращий бренд квасу» за най-

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 major key categories, most important of which are:

- The most competent and fast-reacting sales force;
- The best supply with efficient trade equipment;
- Supply with the most appropriate assortment of products and packages;
- 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, kvass, and energy drinks. And we support these products and brands with innovative advertising and promotional campaigns with exciting prizes. We also help our customers 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 June 2009, during the Fourth National Kvas Festival, "Yarylo" was awarded with two gold medals and diplomas "High Quality Kvas" for the "Spravzhniy" and "Okroshechnyy"

According to the annual research conducted by GfK Ukraine, in 2009 (for the fifth consecutive year) our customers give the highest mark of satisfaction in cooperation with Coca-Cola Beverages Ukraine.

The most important for us is that Coca-Cola Beverages Ukraine has been again ranked by retail customers in Ukraine as the company with the fairest business practices in the consumer goods sector. (GfK Ukraine, 2009).

більший випуск квасу у 2008 році. А у вересні того ж року, вже під час Фестивалю пива, квас «Ярило» отримав Золоту медаль за високу якість квасу бродіння «Ярило справжній» та сертифікат за найвищу якість квасу.

Rich

2008 року Томатний Rich став переможцем за результатами незалежного тестування «Експерт вкуса».

2009 року Персиковий нектар Rich завоював перше місце у програмі «Знак Якості», де досліджувалися персикові представники українського ринку соків.

Також 2009 року Апельсиновий сік Rich отримав оцінку «Відмінно» у тестуванні, що проводилось Науково-дослідним центром незалежних споживчих експертиз та журналом Consumer's Guide.

Наші напої

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

Окремі продукти Компанії, як, наприклад, бренд Coca-Cola, мають універсальне значення, а інші створюються залежно від смаків та уподобань споживачів, а також традицій, що історично склалися на вітчизняному ринку.

Робити позитивні зміни означає також турбуватись про здоров'я та добробут споживачів.

Разом з нашими партнерами та усіма зацікавленими сторонами ми можемо відігравати значну роль у визначенні практичних заходів, які спонукатимуть людей до активного здорового і збалансованого стилю життя.

Усі напої сприяють гідратації. Але деякі, до того ж, забезпечують організм поживними речовинами, додають енергії, або, навпаки, допомагають розслабитись, а деякі призначені просто для насолоди, задовольняючи природ-

taste. Besides, Cup of Honor and diploma "Best Kvas Brand" was granted in 2008 for the largest kvas volume.

In September the same year, during the Bear Festival, "Yarylo Spravzhniy" was awarded with a gold medal for the high quality fermented kvas and a certificate for the highest kvas quality.

Rich

In 2008 Tomato juice Rich was recognized the best among tomato juices in the independent testing "Expert Vkusa".

In 2009 Rich peach nectar won first place in the popular TV Program "Znak Yakosti", in which the experts were testing peach nectars on the Ukrainian market.

Also, Rich Orange juice received «Excellent mark» for Test performed by the Research and Development Centre of Independent Consumer Examination and the Consumer's Guide Magazine.

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 local juices brands Rich, botaniQ and Dobriy, 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.

Making a positive difference includes caring about health and well-being—both physical and emotional. Together with our partners and stakeholders, we can play a role in helping to identify and support practical solutions that help all people achieve active, healthy, balanced lifestyles.

All beverages contribute to hydration. But some also provide important nutrients, help feel energized or relax, while others provide pure enjoyment, satisfying natural taste for sweetness -- with or without calories.

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.



не прагнення солодоців і будучи при цьому високо або низько калорійними.

Важливо, щоб споживач мав усю необхідну інформацію, щоб робити свідомий вибір. Ось чому ми розміщуємо максимум інформації на етикетках наших напоїв.

Категорії напоїв

- Солодкі газовані напої: Coca-Cola, Coca-Cola light, Coca-Cola Vanilla, Fanta Orange, Fanta Lemon, Fanta Mango, Fanta Apple, Sprite, Schweppes, Fruktimes, botaniQ (4 смаки).
- Вода: природна питна вода BonAqua (газована, негазована та середньогазована), Юрське джерело.
- Соки: Rich (14 смаків), BotaniQ (5 смаків), BotaniQ Plus (5 смаків) та Добрий (10 смаків).
- Енергетичні напої: Burn, Burn Citrus, Gladiator.
- Чаї: холодний чай Nestea (3 смаки) та Nestea Vitao (3 смаки).
- Квас: Ярило «Справжній», «Окрошечний» та «Зимове сонце».

Заклади громадського харчування мають можливість реалізовувати напої Кока-Кола на розлив, оскільки наша Компанія надає замовникам у користування апарати з розливу (Postmix апарати).

Якість

На виробництві впроваджені та працюють системи керування якістю та безпекою харчових продуктів, що за-

It's important that the customers have all the information they need to make informed decisions about what they drink. That's why we provide all necessary information about our beverages on the labels.

Drinks categories

- Sparkling beverages: Coca-Cola, Coca-Cola light, Coca-Cola Vanilla, Fanta Orange, Fanta Lemon, Fanta Mango, Fanta Apple, Sprite, Schweppes, Fruktimes, botaniQ (4 tastes).
- Still and sparkling water: natural water for human consumption BonAqua (carbonated, lightly carbonated, non-carbonated), Yurske Dzherelo.
- Juices and juice drinks: Rich (14 flavors), BotaniQ (5 flavours), BotaniQ Plus (5 flavours) and Dobriy (10 flavors).
- Energy drinks: Burn, Burn Citrus, Gladiator.
- Ready-to-drink teas: Nestea (3 flavors) and Nestea Vitao (3 flavors).
- Kvas Yarylo: "Spravzhniy", "Okroshechniy" and "Winter Sun".

Quick serve restaurants can offer their customers Coca-Cola 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-



2009 року Компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна стала першим підприємством в Україні, яке отримало акредитацію за стандартом PAS 220 – Передумови безпеки продукції для виробників харчових продуктів. Це стандарт, який регламентує вимоги до програм передумов, обов'язкових за ISO 22000.

безпечують 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 з метою постійно отримувати на виробництві якісні матеріали для подальшого використання.

На самому виробництві вимірюються якісні показники як продукції так і упаковки, слідкуючи за їх відповідністю жорстким вимогам всередині Компанії та очікуванням споживачів. Статус великої міжнародної компанії накладає обов'язок дотримуватись найвищих стандартів у забезпеченні стабільної якості та безпечності 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 однаковим стандартам з виробництва та дистрибуції.

Якість води

Враховуючи побажання українських споживачів бачити воду більш натуральною, Компанія Кока-Кола повністю змінила технологію приготування води, і на початку 2009 року почала виробляти воду, яка постачається на розлив просто із Сеноманської свердловини з мінімальною механічною обробкою. Для цього було збудовано нову свердловину за найсучаснішою технологією із найбезпечніших та найякісніших матеріалів.

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 Брюсселі на відповідність до вимог стандартів Компанії.

Обов'язковим є щоквартальне дослідження видобутої, очищеної та розливої в пляшки води на відповідність до

9001, ISO 22000, and PAS 220, as well as relevant national standards. For the purpose of constant quality materials for future use, we have a rigid selection and approval system for raw materials, ingredients and packaging suppliers.

At the production, we measure key product and package quality attributes to ensure our beverage products in the marketplace 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 system is governed by The Coca-Cola Management System (TCCMS). 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 for more natural water, Coca-Cola in Ukraine has changed the technology of water preparing, and started to produce water supplied directly from a Senoman well 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 case it is even higher 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 Brussels for compliance with the Company quality standards.

All types of water used are examined quarterly by an independent Coca-Cola laboratory in Brussels for compliance with Company requirements as well as international legislation.

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

- 12 physical, chemical and organoleptic indicators
- 30 types of cations

Щороку воду перевіряють в незалежній німецькій лабораторії води «Fresenius».

вимог Компанії та міжнародного законодавства в аналітичній лабораторії Кока-Кола в Брюсселі.

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

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

Така прискіплива перевірка є одним з факторів, що гарантує якість нашої продукції.

Події від брендів

Унікальні акції від Соса-Кола

2008 став багатим для бренду Соса-Кола на інноваційні проекти.

На початку року споживачі були здивовані 3.5-хвилинним фільмом «Чарівна фабрика Соса-Кола», у якому казкові анімаційні герої демонструють процес «приготування» Кока-Кола в автоматі з продажу напоїв. Переглянути усі ці неймовірні пригоди можна було і у кінотеатрах. Така активація відбувалась вперше і охопила 27 кінотеатрів у 6-ти найбільших містах України (Київ, Львів, Донецьк, Одеса, Дніпропетровськ). Акція «Чарівна фабрика» супроводжувалась інтернет-кампанією і набором спеціальних постерів для торгових точок, а споживачі могли зібрати цікаву колекцію склянок Соса-Кола із героями «Чарівної Фабрики».

- 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

Such precise examination is one of the key factors that guarantee our products' quality.

Brand events

Unique Promo Campaigns by Coca-Cola

2008 was fruitful for innovative projects by the Coca-Cola brand.

At the beginning of the year consumers were surprised with a 3.5-minute movie “Happiness Factory”, in which animation heroes demonstrate the process of “preparing” Coca-Cola in the vending machine. The movie was also broadcasted in the cinemas – this was for the first time, encompassing 27 cinemas in six biggest cities in Ukraine (Kyiv, Lviv, Donetsk, Odesa, Dnipropetrovsk). The “Happiness Factory” promo was supported by an Internet-campaign and a set of posters for trade, while consumers could collect a set of Coca-Cola glasses with the “Happiness Factory” heroes.

Incredible football adventures with Coca-Cola awaited football fans in spring 2008. A helicopter was circling above Ukraine with a Coca-Cola team on board waiting for a signal from a special Coca-Cola bottle with a GPS transmitter in it. Eight happy consumers who occasionally purchased Coca-Cola in these bottles were granted an opportunity to visit 2008 EURO finals in Vienna, while 100 000 more received football balls from Coca-Cola.

2007 року Кока-Кола в Україні святкувала своє 15 річчя в Україні. За останні десятиліття Компанія перетворилася в найпотужнішого виробника безалкогольних напоїв, який втамовує спрагу більш ніж 46 мільйонів українців.

Восени 2008 бренд **Coca-Cola** вперше провів sms акцію, яка поширювалась на пляшки об'ємом 0.5л. Подарунками були найбажаніші для підлітків новинки: нова модель телефону, стильні кросівки, сучасний фотоапарат та навушники Bluetooth. А для інформування про таку акцію використовувались нові медіа, які молодіжна аудиторія сприймає із захопленням: Інтернет, нестандартна радіо підтримка, sms розсилка, сіті-лайти в Університетах. Кількість споживачів, що бзяли участь в акції, перевищила 360 тисяч осіб.

Навесні 2008 на усіх футбольних вболівальників чекали неймовірні футбольні пригоди з Coca-Cola. Над Україною кружляв вертоліт із командою Coca-Cola на борту, чекаючи на сигнал від спеціальної пляшки Coca-Cola із вживленим GPS передавачем. Вісім щасливчиків, які цілком випадково придбали напої Кока-Кола в цих пляшках, отримали можливість побувати на фіналі ЄВРО – 2008 у Відні, а 100 000 споживачів отримали справжні футбольні м'ячі Coca-Cola.

Взимку 2009 р. бренд Coca-Cola розпочав нову кампанію «Візьми додому Coca-Cola – створи настрої!». Основна ідея якої полягає в тому, що створити свято вдома легко! Все, що для цього потрібно – гарна компанія, легкі закуски та улюблений напій! На телебаченні з'явилась серія кумедних 15-хвилинних рекламних роликів, які демонструють різні способи веселого відпочинку вдома разом із улюбленим напоєм Coca-Cola. Окрім того, для споживачів було створено окрему акцію, у результаті якої було розіграно 50 домашніх кінотеатрів та 50 000 мультипаків Coca-Cola.

У квітні – червні 2009 року бренд Coca-Cola провів кампанію для молоді «Життя повне вражень!» Її супроводжував яскравий рекламний ролик, у якому буденний світ перетворюється на яскравий та надзвичайний, і все це під ремікс відомого синглу «What a wonderful world». У рамках кампанії вперше в Україні здійснено національну Bluetooth активацію в Університетах країни. Студентам випала нагода отримати безкоштовний контент для мобільного: заставки, рингтони та ігри від бренду Coca-Cola.

Coca-Cola відкривай! Свято наближається!

За понад 125-літню історію свого існування Coca-Cola стала традицією і невід'ємною частиною новорічних свят в усьому світі, і в Україні також.

А 2009 року Coca-Cola запропонувала цілу низку сюрпризів для всіх споживачів. Серед них – новорічний святковий чарівний ролик з казковою піснею, в якій основним мотивом звучало «Свято наближається!», що вже не перший рік приносить святковий настрій до українських родин. Але цього разу не лише на телебаченні. Цю пісню можна було почути ще й з радіо та в Інтер-

In winter 2009 Coca-Cola brand launched a new promo campaign "Take Coca-Cola home – create the mood!" It is aimed at promoting an idea that it is easy to create a holiday at home: all you need for this is a nice company of friends, snacks and favourite beverage! It was supported by a series of funny 15-seconds TV commercials demonstrating various kinds of entertainment at home, together with favorite Coca-Cola. Besides, a special promo was created for consumers, in which they won 50 home cinemas and 50 000 Coca-Cola multipacks.

In April-June 2009 Coca-Cola brand had another promo campaign for youth "Life Full of Impressions!" It was supported by a vivid TV commercial, in which the dull world turns into a bright and extraordinary one, accompanied by famous single "What a wonderful world". Within this campaign, for the first time in Ukraine, a national Bluetooth activation in the universities across Ukraine was implemented. Students could get free content for their mobile phones: wallpapers, ringtones and games created and offered by Coca-Cola.

Open Coca-Cola! The holiday is coming!

For over 125 years of its history, Coca-Cola has become a tradition and an essential part of New Year's holidays all over the world, including Ukraine.

In 2009 Coca-Cola presented a lot of surprises to its consumers. New Year's festive TV reel with a magic song around main motive "Holiday is coming", which brings joyful spirit into the Ukrainian families for already several years, was among them. But this time it was not only on television, but aired on the radio and through Internet. Besides, unconventional displays – a sleigh with a polar bear delivering festival products to every festive table – were installed in supermarkets, and everyone could make a photo with this New Year hero. In addition, purchasing Coca-Cola products, every consumer could get a guaranteed New Year's prize and take part in a draw for home cinema.

In autumn 2008 Coca-Cola brand organized the first sms promo, which supported 0.5 l bottles. New and fashionable gadgets admired by the young generation were the presents of the promo: new mobile phone model, sneakers, modern photo camera, and headphones Bluetooth. To this end, modern media, which young generation likes and trusts, were used to inform about this promo: Internet, non-standard radio support, sms messaging, city-lights in Universities. In the result, over 360 thousand persons participated in this promo.

Almost 70 thousand consumers participated in the activities; 23 home cinemas were drawn among them.

Близько 70 тисяч споживачів взяли участь в акції; поміж них було розіграно 23 домашніх кінотеатри.

2009 року Компанія Кока-Кола Україна випустила новий солодкий безалкогольний напій, і тепер бренд botaniQ є повноцінним членом асортименту напоїв нашої компанії.

нет. Окрім цього, в супермаркетах було розміщено незвичайні дисплеї у формі санчат з полярним ведмедиком, який доставляє святкову продукцію на кожний святковий стіл, і усі бажаючі мали змогу сфотографуватися з цим казковим новорічним героєм. А при купівлі самої продукції Coca-Cola – ще й отримати гарантований новорічний подарунок та взяти участь у розіграші домашнього кінотеатру.

Також новорічна кампанія Coca-Cola не оминула і наш сайт - www.coca-cola.ua, де кожен міг завантажити новорічні рингтони, заставки на робочий стіл, привітати своїх друзів та близьких електронною листівкою.

botaniQ (газований солодкий напій)

Цей натуральний газований безалкогольний напій було створено слідом за соками з такою ж назвою. Солодкий безалкогольний напій botaniQ має чотири смаки: Яблуко + женьшень, Абрикос + Обліпіха; Виноград + Меліса; Лимон + Малина. Соки та екстракти трав було додано у ці напої, щоб збагатити смак та зробити їх споживання не лише приємним, але й корисним.

До того ж, для цих корисних напоїв ми також використовуємо найчистішу артезіанську воду та натуральний буряковий цукор, і вони швидко стають одним з улюблених напоїв українців.

BonAqua

2009 року було запущено новий ролик, який підтримує імідж ™ BonAqua як природної натуральної води, що несе часточку природи та прохолоди мешканцям великих міст. Окрім телевізійного ролика, кампанія включала і зовнішню рекламу у м.Києві.

Легкоатлетичний турнір «Зірки жердини»

Від 2005 року Кока-Кола в Україні, а власне, ™ BonAqua, щорічно підтримує Міжнародний Чемпіонат зі стрибків з жердиною, що проходить у Донецьку під патронатом Чемпіона світу Сергія Бубки. 10 000 глядачів та шанувальників цього виду спорту стають свідками події, яка щорічно і активно пропагує здоровий спосіб життя серед населення. ™ BonAqua виступає офіційним освіжаючим спонсором цього міжнародного заходу.

The New Year's campaign has also touched our Coca-Cola web site (www.coca-cola.ua), where everyone could download ringtones, wallpapers and congratulate friends with a lively interactive e-card.

botaniQ (soft sparkling) launch

This natural bubbly drink was launched under BotaniQ Juice umbrella and has 4 well-known fruit flavors plus useful ingredients: Apple + Ginseng; Apricot + Sea-buckthorn; Grape + Melissa; Lemon + Raspberry. Juice and herbal extracts have been added to enrich taste of the drink and to add more pleasurable goodness to your life.

Besides, we use the clearest artesian water and natural beet sugar to produce this useful drink that quickly becomes a favorite drink in the Ukrainian families.

BonAqua

In 2009 a new television commercial supporting ™ BonAqua as a natural drinking water that brings nature and fresh breath to the dwellers of big cities was launched. Besides the TVC, the campaign included outdoor billboards in the City of Kyiv.

Track and field tournament Pole Vault Stars

Since 2005, Coca-Cola in Ukraine and the BonAqua brand have supported the International Pole Vault Championship held every year in Donetsk under the patronage of the World Champion Sergiy Bubka. 10,000 spectators and fans of this sport are attracted each year to the event, which is used to promote actively healthy lifestyles. ™ BonAqua is the official refreshing sponsor of this international event.

Almost 70 thousand consumers participated in the activities; 23 home cinemas were drawn among them.

Coca-Cola Ukraine introduced new soft sparkling drink (SSD) brand in 2009. BotaniQ SSD now is a proud member of our portfolio.

У фітнес-конвенції, яка відбувалася восени 2008 року, приймали участь 700 спортсменів та любителів активного способу життя з усієї України.

Фітнес-конференція

Від 2002 року TM BonAqua підтримує фітнес-конференцію, яку щорічно організовує популярний фітнес-центр Акваріум.

Nestea

2009 року до бренду Nestea додалися нові продукти під торговою маркою Nestea Vitao – Зелений чай зі смаком полуниці та алое вера, Червоний чай зі смаком груші та Білий чай зі смаком абрикоса. Nestea Vitao – це низка не-чорних чаїв, що відрізняються своєю функціональною особливістю: вони містять антиоксиданти чаю, що дуже корисні для організму. Запуск Nestea Vitao було підтримано телевізійною рекламою, зовнішньою рекламою, розміщенням статей у жіночих журналах та Інтернеті.

Протягом усього літа 2009 проходила дегустація чорного чаю Nestea. Програма охопила 7 найбільших міст України. Найбільші торговельні центри, супермаркети та пляжі приймали в спеціально створених зелених оазах Nestea споживачів – шанувальників освіжаючого чаю. Понад півмільйона українців спробували Nestea під час цієї акції.

Burn

У липні 2009 року енергетичний напій Burn випустив на ринок новинку - "Burn Citrus". Напій заряджає і бадьорить фірмовим «вогняним» зарядом енергії, але має більш освіжаючий цитрусовий смак і жовтий колір. Новий напій завойовує все більше прихильників серед споживачів енергетиків. Burn Citrus забезпечує свободу вибору смаку для аудиторії шанувальників енергетичних напоїв, людей активних і відкритих до інновацій.

Burn-події 2009

У жовтні 2009 року Burn запустив першу в історії енергетичних напоїв в Україні загальнонаціональну акцію з унікальними SMS кодами під ключиками «Додай Вогню Burn!». Учасники акції мали можливість вигравати щодня стильні футболки та MP-3 плейери, а головними призами кожного з 8-ми тижнів акції була подорож на двох на Гоа – місце нескінченних вечірок!

Вже 6 років поспіль Burn є надійним патнером наймасштабнішого на пост – радянських просторах події під від

Fitness conference

Since 2002, BonAqua has supported an annual fitness conference organized by the popular fitness center, Aquarium.

Nestea

In 2009 Nestea brand was extended with new trade mark, Nestea Vitao of three tastes: Green tea with the taste of strawberry and aloe vera, Red tea with pear taste, and White tea with apricot tea. Nestea Vitao is a non-black tea line that have functional features: they contain tea antioxidants that are healthy for human bodies. Nestea Vitao launch was supported by a TV advertisement, outdoor advertisement, placement of articles in women's magazines and Internet.

Sampling of black tea Nestea was taking place in seven biggest cities of Ukraine during the 2009 summer. Beautiful Nestea oasis were organized in the largest trade centers, supermarkets and beaches, where everyone could taste refreshing tea. Over half a million of Ukrainians tried Nestea in this event.

Burn

In July 2009 energy drink Burn was extended with a new taste – g "Burn Citrus". It charges and invigorates with its unique "burning" energy, having more refreshing citrus taste and yellow colour. Burn Citrus wins more and more adherents among energy drink consumers. It also provides choice of taste for loyal energy drink users, active people which are open to innovations.

Burn events 2009

In October 2009 Burn has launched its first in the history of energy drinks in Ukraine national promo with unique SMS-codes under the can-keys "Add Fire Burn". The participants of the promo were winning stylish T-shirts and MP-3 players daily, and the main prizes drawn every week during 8 promo weeks were a trip for two to GOA – the place of party heaven!

Six years in a row Burn is a reliable partner of the biggest post-Soviet open-air event of electronic music – "Republic KaZantip-Z17", which in 2009 only gathered approximately 70 thousand admirers of electronic music from all over the

700 participants from all over Ukraine took part in this event in 2008, including athletes, sport trainers from around the world and people who enjoy an active lifestyle.

Підтримка найгучніших музичних подій стала вже традицією для Burn. Так, у червні Burn підтримав найгучніший у 2009 році рейв у закритому приміщенні – Концерт DJ Tiesto, що зібрав під одним дахом біля 18 000 відвідувачів.

«Rich» підтримує різноманітні суспільні заходи, зокрема тісно співпрацює з мережею ресторанів «Козирна Карта», а також активно підтримує проведення вечірок Bacardi, EGO & Men's Health, а починаючи від 2007 року, і Віденського балу.

критим небом – фестивалю електронної музики «Республіка KaZantip – Z17», який 2009 року відвідало близько 70 тисяч шанувальників електронної музики з усього світу. 2009 року на Z-17 разом з Burn відіграли свої сеті найвідоміші DJ-і планети: Paul van Dyk та Armin Van Buuren.

Гладіатор

Влітку 2009 року на українському ринку з'явився новий енергетик – «Гладіатор», який виробляється на заводі Кока-Кола Беверіджиз Україна. Напій створено для цілеспрямованих людей, які сміливо йдуть до своєї мети і не визнають компромісів. «Гладіатор» має яскравий дизайн упаковки та доступну ціну.

Соки

2005 року наша компанія випустила на український ринок нові торгові марки соку – «Rich» та «Добрий», які почала виготовляти в Україні.

Влітку 2009 року на ринку з'явилась ще одна торгова марка українського виробництва – соки та нектари «botaniQ». Такий широкий асортимент соків та нектарів повністю відповідає уподобанням українців, котрі надають перевагу сокам.

«Rich»

«Rich» – це еталон преміальної якості та стилю, який до вподоби незалежним, активним людям, які прагнуть успіху та задоволення від життя. Асортимент соків „Rich” нараховує 14 різних смаків: Екзотик, Яблуко, Апельсин, Томат, Персик, Ананас, Виноград, Вишня, Манго, Грейпфрут, LIVE Мультифруктовий сік, а 2009 року з'явилися Білий виноград, Червоне солодке яблуко та Морс із Журавлини.

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

«Добрий»

Суть бренду «Добрий» – добро та доброта. «Добрий» створюється з душею та любов'ю до людей. На початку 2009 року на ринку з'явилися два нові смаки «Добрий»: «Яблуко-Виноград» та «Яблуко-Вишня», які відразу завойували любов українського споживача.

world. In 2009 at Z-17, together with Burn, the world's most famous DJs performed their electronic sets: Paul van Dyk and Armin Van Buuren.

Gladiator

New energy drink "Gladiator" appeared on the Ukrainian market in summer 2009. It is also produced by Coca-Cola Beverages Ukraine. This drink was created for people who strive for their goal and do not plead for compromises. Gladiator is in peculiar design and affordable price category.

Juices

Juice and nectar brands "Rich" and "Dobriy" produced by Coca-Cola Beverages Ukraine appeared in Ukraine in 2005. And summer 2009 was splashed with a new Ukrainian brand of juices and nectars – botaniQ. The range of flavours offered under these brands was designed specifically to satisfy the tastes of Ukrainians preferring juices.

«Rich»

Rich offers a premium quality that suits independent, active people striving for success and pleasure in life. The range of Rich juices includes 14 different flavors: Exotic, Apple, Orange, Tomato, Peach, Pineapple, Grape, Cherry, Mango, Grapefruit, LIVE Multijuice, and in 2009 White Grape, Red Apple and Cranberries Mors were launched.

Advertising and promotional support for the Rich brand includes advertising on television and in glossy magazines, point-of-sale materials, a partnership with the restaurant chain Kozyrna Karta, and sponsorship of various events, including parties by Bacardi, EGO & Men's Health and the Viennese ball.

«Dobriy»

The essence of the "Dobriy" brand is goodness and kindness. Dobriy is made with a sincere heart and love for people. And two new tastes – "Apple & Grape" and "Apple & Cheery" – were launched at the beginning of 2009. They immediately won the love of the Ukrainian consumers.

Support of the biggest music events has become a tradition for Burn. Thus, in June Burn has supported the 2009 biggest rave indoor event – DJ Tiesto concert, which gathered 18 000 visitors.

«botaniQ»

Влітку 2009 року на ринку України з'явився новий соковий бренд «botaniQ». Це – найпопулярніші смаки нашої країни: соковите яблуко, налитий томат, стиглий апельсин, яскравий мультифрукт та сонячний виноград в поєднанні з яблуком.

Ще «botaniQ» пропонує широкий вибір функціональних соків «botaniQ плюс+», в яких завдяки гармонійному поєднанню фруктів і ягід та збагаченню рослинними екстрактами, міститься велика кількість вітамінів та мінералів. З «botaniQ плюс+» споживач отримує не тільки задоволення від ексклюзивного смаку, а ще й більшу користь для себе та своїх близьких.

**«botaniQ»**

New juice brand “botaniQ” was launched on the Ukrainian market in summer 2009. It brought the most popular in our country tastes – juicy apple, plump tomato, ripe orange, bright multifruit and sunny grape combined with apple.

In addition, «botaniQ» offers a wide range of functional juices «botaniQ plus+», where fruits and berries are fortified with plant extracts, vitamins and minerals. Drinking «botaniQ plus+», consumers feel pleasure and get more benefit for them and their families.





Олеся Жулинська
Директор зі зв'язків з
громадськістю Кока-Кола
Україна

Olesya Zhulynska
TCCC PA Department Director

Громадськість

Community

«Кока-Кола – це компанія, яка надає нам професійний комфорт. Те, що ми співпрацюємо в рамках саме етнічного фестивалю, – для мене абсолютно автентично. Мій дід був великим фанатом Кока-Кола. Я приїжджав до нього в гості у Полтавську область, і завжди привозив йому пляшечку Кока-Кола. Кока-Кола – це завжди щось нове, це нові відкриття.»

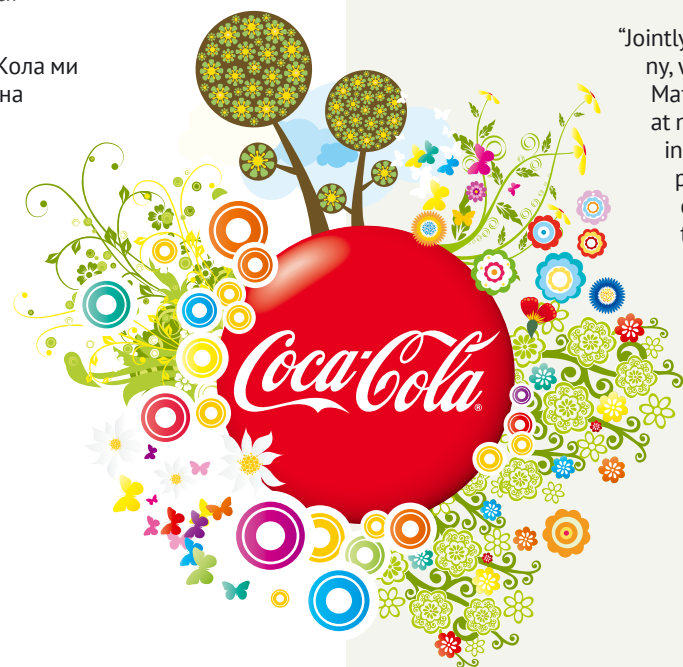
*Олег Скрипка,
Засновник фестивалю «Країна Мрій»,
Лідер гурту «Воплі Відоплясова»*

«Наш фонд – Благодійний фонд братів Кличків – дуже радо співпрацює з Компанією Кока-Кола. Це – океан позитивних емоцій. Для мене Кока-Кола асоціюється з тими соціальними проектами, які реалізовує ця компанія в Україні і які є дуже значимими для українського суспільства, і для молоді зокрема.»

*Віталій Кличко,
Видатний український спортсмен*

«Спільно з Компанією Кока-Кола ми впроваджуємо проект «Кожна краплина має значення», який в Україні спрямований на відновлення джерел. Участь у цьому проекті робить нас ближчими до місцевих громад, їх потреб та можливостей, а також демонструє яскравий приклад співпраці між громадським та бізнес-секторами.»

*Юлія Щербініна,
Радник з питань співпраці між
громадським та приватним
секторами,
Представництво ООН в Україні*



“Coca-Cola is the company that provides us with professional comfort. We cooperate within the ethnic festival, and it's very authentic for me. My grandfather was a big Coca-Cola fan. I used to visit him in Poltava region and bring him a bottle of Coca-Cola. Coca-Cola always means something new, and new discoveries”.

*Oleg Skrypka,
founder of “Kraina Mriy” festival,
leader of “Vopli Vidoplyasova” music band*

“Our Charitable Fund – the Klichko Brothers' Fund – is happy to cooperate with the Coca-Cola Company. It brings an ocean of positive emotions. To me, Coca-Cola is associated with the social projects it implements in Ukraine, and which are very important for the Ukrainian community, for youth in particular”.

*Vitaliy Klichko,
World famous Ukrainian sportsman*

“Jointly with the Coca-Cola Company, we implement the “Every Drop Matters” project, which is aimed at natural springs rehabilitation in Ukraine. Through participation in this project, we feel closer to the local communities, understand their needs and opportunities. This is a vivid example of public-private cooperation”.

*Yuliya Shcherbinina,
Public-Private Partnership
Officer,
UN in Ukraine*

Загальні принципи співпраці Кока-Кола в Україні з громадськістю

1. Підтримка ініціатив та партнерських стосунків, що відіграють важ-

ливу роль для української громадськості.

2. Прислухання до української громадськості та врахування її поглядів та прагнень.

3. Необхідність постійного розвитку та освіти для молоді.

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

Тому Компанія Кока-Кола створила глобальну платформу “Live Positively”, 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, не збільшуючи вуглецевий відбиток.

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.

Main principles of cooperation with the community

1. To support initiatives and partnerships which contribute to the life of Ukrainian communities.

2. To listen to people in the communities where we do business and understand their needs and aspirations.

3. To emphasize the importance of sustainable development and education for youth.

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.

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

Розвиток громадськості через економічні інвестиції

Кока-Кола в Україні є частиною суспільства, і турбота про українців для неї надзвичайно важлива. 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.

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 Компанією активної громадянської позиції.

Неурядові організації

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

- Американська торгова палата.
- Європейська Бізнес Асоціація.
- Торгово-промислова палата України.
- Консультативна рада з питань іноземних інвестицій в Україні.
- УкрПЕК.
- Глобальний Договір ООН.

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.

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

Communication and partnership

Public organizations

Coca-Cola Ukraine maintains regular 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
- The European Business Association
- The Chamber of Commerce and Industry of Ukraine
- The United Nations Organization
- The Foreign Investment Advisory Council of Ukraine
- UkrPACK
- UN Global Compact.

Customers and suppliers

Coca-Cola Ukraine is committed to serving its customers and suppliers in the best way possible. In furtherance of the Company's mission to benefit everyone with whom we do business, we continually strive to enhance the effective-

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 non-governmental 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.

0-800-30-80-08 — телефон Центру Роботи зі Споживачами та Клієнтами надруковано на кожній пляшечці, що випускається із заводу „Кока-Кола Беверіджиз Україна”.

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.

Консультаційна рада з питань іноземних інвестицій при Президентові України

Кока-Кола в Україні є членом Консультаційної ради з питань іноземних інвестицій при Президенті України (FIAC — Foreign Investment Advisory Council), яку було створено за необхідності підтримки постійного діалогу між інвесторами й українською владою. Кока-Кола в Україні активно включилася у діяльність робочих груп Консультаційної ради, зокрема аграрно-промислової групи та робочої групи з іміджевої політики України.

CRIS

«CRIS» — це центр реагування на звернення зацікавлених сторін. Влітку 2006 року у Компанії Кока-Кола Україна створено єдиний Центр Роботи зі Споживачами та Клієнтами. Головним завданням цього Центру є формування та підтримка на належному рівні іміджу Компанії серед споживачів та клієнтів українського ринку безалкогольної продукції.

0-800-30-80-08 — телефон 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 Компанії, інгредієнтів, маркетингових акцій, історії Компанії, а й зробити замовлення продукції для торгової точки, вирішити спірні питання щодо співпраці з компанією, запропонувати спонсорську та благодійну підтримку чи вирішити інші питання.

ness 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.

Foreign Investment Advisory Council

Coca-Cola in Ukraine is a member of the Foreign Investment Advisory Council, established under the auspices of the President of Ukraine to maintain an on-going dialogue between investors and Ukrainian authorities. Coca-Cola Ukraine participates actively in Advisory Council working groups, including the working groups on agriculture, industry, and the public image of Ukraine.

CRIS

In 2006 Coca-Cola Ukraine created a combined Consumer and Customer Support Center (CRIS). 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 dialling 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 order products for their sales outlet, raise questions about cooperation with the Company, offer sponsorship and charity support, or settle other issues.

0-800-30-80-08 — The Coca-Cola hotline number is printed on every bottle produced at the Coca-Cola Beverages Ukraine plant.

Екологічні акції

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 проєкт, започаткований Компанією Кока-Кола та Програмою Розвитку ООН, який покликаний сприяти вихованню відповідального ставлення до води. Проєкт працює в декількох країнах, таких як Казахстан, Вірменія, Румунія, Хорватія та Туреччина, а від 2009 року і в Україні.

В Україні проєкт реалізується за підтримки торгової марки «БонАква» – адже це природно, що природна питна вода підтримує відродження природних джерел.

Метою проєкту „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 проєкту прагнуть сприяти розвитку екологічної культури та підвищенню громадської обізнаності щодо збереження та захисту довкілля. Впродовж лютого-березня тривав конкурс, під час якого громади надсилали свої листи з фотографіями джерел, які вони хотіли б оновити. На цьому етапі надійшло понад 200 заяв. З них до другого туру було допущено 30 громад, які повинні були зібрати необхідні документи та взяти на себе зобов'язання покрити 10% вартості робіт у грошовому або натуральному вираженні. Завдяки такому підходу громади виявляють більше зацікавленості, щоб їхнє джерело залишалося доглянутим. Важливою складовою проєкту є освітній тур для школярів у громадах-переможцях. У процесі робіт з відновлення джерела до них приїжджає експерт, який проводить спеціальний пізнавальний експериментаріум на тему «Дивовижні властивості води», який зна-

Environmental Events

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 naturing a responsible attitude towards water. This project is been 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” – it is natural for natural drinking water to support natural springs rehabilitation.

The purpose of “Every Drop Matters” in Ukraine is to rehabilitate and protect natural springs and to create reaction areas around through active engagement of local communities. In this way the organizers aim to develop eco-culture and raising public awareness on water stewardship. A contest lasted in February-March, when the communities were submitting their letters with pictures of the springs they would like to rehabilitate. More than 200 applications were received at this stage. Out of them, 30 applications were selected to the second round, when the communities were to collect permissive documents and take an obligation to cover either in monetary or in-kind 10% of the project value. With this approach the communities will more care for their springs. An important component of the project is an educational tour for schoolchildren in the communities that won in the contest. A special expert visited the communities in the process of spring reconstruction and conducted a special learning presentation “Amazing Water Properties”, which demonstrates to students unusual features of usual water.

15 water springs were rehabilitated within the “Every Drop Matters” project during 2009 in Donetsk, Ivano-Frankivsk, Luhansk, Lviv, Mykolaiv, Rivne, Sumy, Vinnytsia, Zhytomyr, Kirovograd, Ternopil and Chernihiv regions, and in the city of Kyiv.

йомить учнів з незвичайними властивостями звичайної води.

«День Дніпра»

Близько 600 чоловік взяло участь в обидвох акціях з прибирання. Було прибрано декілька сотень метрів прибережної смуги та вивезено 7 вантажівок сміття.

У червні 2007 року Кока-Кола в Україні спільно з Держводгоспом України, Міністерством охорони навколишнього природного середовища, студентами географічного факультету Київського державного університету ім. Т. Шевченка та киянами і за підтримки програми ПРООН-ГЕФ екологічного оздоровлення басейну Дніпра провела екологічно-просвітницьку акцію «День Дніпра». Акція полягала в тому, що представники державних органів, Кока-Кола в Україні та киян організували прибирання прибережної смуги Дніпра. Спільна команда працювала під гаслом: «Любимо природу – Бережемо воду!».

2008 року акція отримала підтримку Глобального Договору ООН і стала першим практичним заходом в рамках національної кампанії «Прямуй на зелене!» Акція «День Дніпра» мала на меті не тільки продемонструвати відповідальність кожного за порядок і чистоту навколишнього середовища, але і підвищити громадську свідомість стосовно збереження Дніпра для наступних поколінь.

«Зелений день»

Від 2006 року щовесни Кока-Кола в Україні організовує «Зелений день».

2006

Висадка дерев у Сирецькому парку міста Києва працівниками компанії.

2007

Спільно з Броварською райдерж адміністрацією Київської області, Пухівською селищною адміністрацією Броварського району, представниками Міністерства охорони навколишнього середовища, Держводгоспу України та студентів екологічного факультету Київського державного Університету ім. Т. Г. Шевченка, працівники компанії вийшли на берег річки Десна для того, щоб зібрати сміття вздовж прибережної смуги на території Водоканалу околиць села Пухівки Броварського р-ну Київської області. Цю територію обрали не випадково, адже саме тут знаходиться водозабір Броварського району. Відтак

300 людей взяло участь в акції прибирання;

Декілька гектарів території було прибрано та 3 трактори сміття вивезено протягом акції.

The Dnipro Day

In June 2007 Coca-Cola Ukraine led an environmental and educational campaign called, “Dnipro Day”. The program was undertaken in partnership with the State Committee of Ukraine for Water Management, the Ukraine Ministry of Environmental Protection, students of the geography faculty of National Taras Shevchenko University of Kiev, and the citizens of Kyiv. It was conducted with the assistance of the UNDP/GEF program for Dnipro basin ecological enhancement. The idea of the campaign was to bring together different parts of society -- state authorities, Coca-Cola Ukraine and citizens of Kyiv – in a joint effort to care for the Dnipro riverside. The united team worked under the motto: “Love nature – Save water!”

In 2008 the “Dnipro Day” was supported by the UN Global Compact and became the first practical event with the national campaign “Go Green!”. The “Dnipro Day” is aimed both at demonstrating the importance of individual responsibility for environmental protection, and at increasing of the public awareness and sense of responsibility for the preservation of the Dnipro River for the future generations.

“Green Day”

Since 2006 Coca-Cola in Ukraine organizes a “Green Day”.

2006

The Coca-Cola employees participated in planting trees in the Syretsky park of the city of Kyiv.

2007

Green Day 2007 was conducted in partnership with the Brovary District State Administration of the Kyiv Region, the Pukhiv Village Administration of Brovary District, representatives of the Ukraine Ministry of Environmental Protection and students at the ecology faculty of National Taras Shevchenko University in Kiev.

The activity undertaken was to clean the Desna riverside on the grounds of a municipal water treatment plant near the village of Puhiv, Brovary District, Kyiv region. This location, which includes the catchment area of Brovary District, was chosen intentionally, as the cleanliness of the area directly

More than 600 people participated in the clean-up activities. Several hundred meters of the riverside were cleaned, and seven truck-loads of refuse were collected.

300 people participated in the clean-up campaign.

Several hectares of the area were cleaned and three tractor-loads of refuse were collected.

чистота цієї території – запорука чистоти води, яку щоденно вживають тисячі броварчан.

2008

300 осіб взяло участь в акції прибирання та озеленення;

було посаджено 200 дерев та 800 квітів.

Акція з висадки дерев у селі Велика Димерка Броварського району об'єднала співробітників Компанії, студентів Інституту журналістики Київського Національного університету імені Тараса Шевченка, громаду села, де розташовано завод Кока-Кола, та Фонд братів Кличків на чолі з Віталієм Кличком. Цього дня жителі Великої Димерки, окрім організованої акції з прибирання та озеленення центрального майдану, отримали у подарунок дитячий спортивний майданчик, споруджений у рамках спільного проекту Фонду та Компанії Кока-Кола.

2009

Понад 400 осіб взяло участь в акції прибирання та озеленення;

Було зібрано 8 тон сміття.

25 квітня Компанія Кока-Кола у рамках співпраці з Глобальним Договором ООН спільно з фестивалем «Країна Мрій» презентували жителям міста Києва «Зелену толоку». Толока – давній український звичай виконання великої роботи гуртом. Прибирання прибережної смуги Дніпра – саме така робота, тож кілька компаній під егідою Глобального Договору ООН об'єднали свої зусилля для того, щоб прибрати від сміття берег Дніпра на Трухановому острові від Московського до Залізничного мосту та засадити його вербами, які найкраще з-поміж дерев почуватимуться на цій території. Учасників акції надихав особистим прикладом відповідального ставлення до довкілля Олег Скрипка та етно-гурт «Гуляй-поле», які активно приймали участь у громадських роботах, а після завершення розважали усіх учасників події веселою музикою.

«День Дунаю»

1 червня 2005 року з метою спільного захисту та збереження ріки Дунай був підписаний Меморандум порозуміння між Міжнародною комісією із захисту ріки Дунай (International Commission for the Protection of the Danube River –ICPDR), Компанією Кока-Кола і її найбільшим європейським ботлером Кока-Кола Хеленік Ботлінг Компані (Coca-Cola Hellenic). Партнерство Кока-Кола, за цим меморандумом, передбачає тісну співпрацю з місцевими урядовими та неурядовими структурами з метою організації та проведення низки заходів, присвячених Дню

affects the quality of water used every day by thousands of Bvovary residents.

2008

Planting trees in the Velyka Dymerka village, where the Coca-Cola plant is located, united the Coca-Cola employees, students of the Journalism School of the Kyiv National Shevchenko University, the village community, and the Klichko Brothers' Fund with Vitaliy Klichko's personal participation. On this day the residents of Velyka Dymerka, besides the organized clean-up and plants on the central square, received a children's sport playground as a gift. It was constructed within the joint project of the Fund and the Coca-Cola Company.

2009

On 25 April Coca-Cola System in Ukraine within cooperation with the UN Global Compact in Ukraine and jointly with the "Country of Dreams" festival presented the Kyiv city residents a "Green Toloka". Toloka is an ancient Ukrainian tradition of volunteerism to do a large piece of work in a group. Cleaning up the Dnipro shoreline is exactly this kind of work that has collected several companies within the Global Compact who came to collect wastes on the Truhaniv island in Kyiv between Moscovsky and Zaliznychnyi bridges and to plant willows. Oleg Skrypka and "Gulyai Pole" ethnic group inspired the volunteers with their personal involvement in the activities, and then entertained the public with joyful music.

Danube Day

On June 1, 2005 the Coca-Cola Company and its largest European bottler, Coca-Cola Hellenic Bottling Company (Coca-Cola HBC), signed a Memorandum of Understanding with the International Commission for the Protection of the Danube River (ICPDR, a UN member) for the protection and preservation of the Danube River. Under the memorandum, Coca-Cola is cooperating closely with local governmental and non-governmental organizations to organize and conduct a series of activities around an annual "Danube Day". A primary activity is the development of educational materials on the Danube for six European countries (Bulgaria and Rumania, Serbia and Montenegro, Slovakia and Ukraine)

300 people participated in the clean-up and planting campaign;

200 trees and 800 flowers were planted on the central square of the village.

More than 400 persons participated in the event;

8 tons of wastes were collected.

Ініціатива екологічних проектів Кока-Кола – це приклад відповідального ставлення до довкілля та обов'язку Компанії зберегти екосистему Дунаю.

Дунаю. Усі ці заходи спрямовані на розробку навчальних матеріалів на тему Дунаю, а також підтримку освітніх та екологічних проектів, що охоплюють шість європейських країн (Болгарію та Румунію, Сербію та Чорногорію, Словаччину та Україну), де протікає ця річка, і де Компанія Кока-Кола розвиває свій бізнес.

Від 2005, щороку 29 червня Міжнародний «День Дунаю» приймає м. Вилкове Кілійського району на Одещині. За підтримки Кока-Кола в Україні тут проходить фестиваль народів Приднунав'я, а також низка акцій за участі українських дітей-членів Дунайських клубів, включаючи очищення каналів міста Вилкове. Головною метою акції є привернути увагу мешканців та владних структур міста до проблеми забруднення вулиць-каналів української Венеції.

Міжнародний день прибирання берегів водойм

Міжнародне прибирання берегів водойм – 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.

2008 року зусилля кількох компаній - членів Глобального Договору в Україні, серед яких, зокрема, ГрінКо, Інститут транспортування нафти та Фонд розвитку сучасного мистецтва ЕЙДОС, було сконцентровано на центрі Тру-



through which the river flows and where the Coca-Cola Company does business.

Every year on 29 June since 2005 the International Danube Day is held in the city of Vylkove in the Kiliysky District of the Odessa region, known as the "Ukrainian Venice". A Danube folk festival was held, as part of an international festival created by the ICPDR called, "Let's celebrate the Danube culture!" Ukrainian children and members of Danube clubs also took part in a number of other activities, including the cleaning of Vylkove's canals. The main goal was to raise awareness among local citizens and authorities of the problem caused by pollution in the streets of this beautiful riverside city.

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.

In 2008 several companies – members of the Global Compact, GreenCo, Oil Transportation Institute and Modern Art Development Center EIDOS among others joined their efforts in the center of the Truhaniv Island, a favorite recreation place for many Kyiv city residents.

The initiative is a demonstration of the Company's commitment to good environmental stewardship and to helping preserve the Danube River ecological system.

Around 200 volunteers participated in the clean-up;

5 tons of garbage were collected.

Спільними зусиллями громад сіл, школярів та волонтерів було зібрано близько 6 тон сміття та очищено 1,5 км прибережної смуги.

Близько 2000 осіб щоразу у День відкритих дверей безкоштовно відвідували експозицію Музею, де отримували корисну і цікаву інформацію про воду та раціональне використання водних ресурсів.

ханового острова у Києві – улюбленому місці відпочинку киян.

2009 року Компанія Кока-Кола в Україні долучилась до ініціативи UNDP-GEF в особі Всеукраїнської екологічної ліги, Міжнародної комісії із захисту ріки Дунай (ICPDR) та Фонду дикої природи (WWF) та взяла участь у прибиранні берегу річки Тиса на прикордонній ділянці в селищах Бочков Марє (Румунія) і Великий Бичків (Закарпатська область України). Цю річку було обрано не випадково, адже Тиса - одна з найбільших у Центральній Європі і бере свій початок в Україні. На своєму шляху до річки Дунай у Сербії, вона простягається на 677км по території Румунії, Словаччини та Угорщини, займаючи площу близько 157 186 км². Через повені велика кількість відходів щороку розноситься вниз за течією від країни до країни. Ця акція покликана підвищити поінформованість населення про важливість захисту і збереження водних ресурсів.

Співпраця з Водно-інформаційним центром

2009 року Компанія Кока-Кола в Україні підписала Меморандум про співпрацю з комунальним підприємством «Водно-інформаційний центр», відомим для киян та багатьох гостей міста як Музей води. Ця співпраця, спрямована на забезпечення розуміння кожною особою проблем водного середовища та зміну ставлення до водних ресурсів, стала взаємовигідною, адже об'єднала зусилля Компанії, яка провадить громадську діяльність у цьому напрямі, та Музею, метою діяльності якого є підвищення обізнаності громадськості щодо збереження та захисту природних водних ресурсів і навколишнього середовища.

Першим спільним заходом стало проведення Дня відкритих дверей у Водно-інформаційному центрі з нагоди Дня води 22 березня 2009 року. Такі ж дні відкритих дверей з розважальною програмою від Компанії Кока-Кола було проведено і з нагоди Дня Києва наприкінці травня та Дня Незалежності України.

In 2009 the Coca-Cola System in Ukraine joined the UNDP-GEF initiative represented by the All-Ukrainian Ecological League, International Commission for Protection of the Danube River (ICPDR) and the World Wildlife Fund (WWF) and took part in the clean-up of the Tisza river bank alongside the transborder area in Bochkov Mare (Romania) and Velykyi Vychkiv (Ukraine). Tisza is one of the largest rivers in the Central Europe and it takes its flow from Ukraine. On its way to the Danube River in Serbia, it runs for 677 km crossing Romania, Slovakia, and Hungary, with total area of 157 186 km². With floods, huge volumes of wastes is spread with the river's downstream from country to country. And the joined clean-up event is aimed at raising public awareness on importance of the water sources protection and preservation.

Cooperation with the Water Information Center

In 2009 Coca-Cola in Ukraine has signed a Memorandum on cooperation with the Water Information Center, known to the Kyiv City residents and many people who visited Ukraine's capital as the Water Museum. This cooperation is aimed at raising public awareness and understanding of the water-related issues and positive change of public opinion towards water preservation. It has become mutually beneficial as it joins the efforts of the Company who undertakes public activities in this area, and the Museum whose aim is to raise public awareness on water and environment protection and preservation.

The Open Doors Day at the Water Information Center organized on the occasion of the World Water Day on 22 March 2009 became the first joint event. Similar Open Doors Days with special entertaining program were conducted on the Kyiv City Day at the end of May and Ukraine's Independence Day.

Almost 6 tons of wastes were collected and around 1,5 km of coastline were cleaned by the joint efforts of local community, schoolchildren and volunteers.

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.

Великою честю для Компанії Кока-Кола стало отримання від Національного Олімпійського Комітету України нагороди «Герой спортивного року-2008».

Пропаганда здорового способу життя

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 проєктів: до історії Кока-Кола в Україні, Національного олімпійського комітету України та Олімпійського руху України увійшла така знаменна подія як Естафета Олімпійського вогню напередодні Олімпійських ігор в Афінах. Щороку проходять такі масштабні та яскраві заходи як Олімпійський День та Всеукраїнський Олімпійський Урок. Є й така важлива подія як спільно ініційований та проведений конкурс на визначення олімпійського талісману для Олімпійської збірної України. Серед 150 робіт, представлених на розгляд, талісманом став лелека у виконанні Вадима Яковенка з Полтави. З цим талісманом наша збірна брала участь на Олімпійських Іграх 2008 року у Пекіні.

«Клич друзів – граймо разом!»

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

Promoting Active Healthy Lifestyle

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 end 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 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 2004 Athens Olympic Games was a pivotal moment in the history of Coca-Cola Ukraine and the Olympic movement in Ukraine. Such large-scale and bright events as Olympic Day and All-Ukrainian Olympic Lesson are held annually. A jointly organized contest to design an Olympic mascot for the Ukraine National Team was another important joint event. 150 designs were submitted for consideration by a jury. The winning design was an image of a stork created by Vadym Yakovenko from Poltava. With this mascot, the Ukrainian Olympic Team participated in the 2008 Olympic Games in Beijing.

Call Your Friends – Let's Play Together!

Since 2006 the charitable organization "The Klitschko Brothers Fund" 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 lifestyles 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. Children and teenagers from 7 to 17 can use the standard equipment on the playground, or play basketball or table tennis as well.

It was a great honor for Coca-Cola Ukraine to receive from the National Olympic Committee the 2008 Heroes of Sport Year Award.

Від 2006 року за підтримки Кока-Кола в Україні побудовано 77 спортивних майданчиків, 30 з яких розташовані у Києві, а решта – в усіх регіонах України.

гічним вимогам та вирізняються стильним та яскравим дизайном. Діти та підлітки віком від 7 до 17 років можуть не лише скористатись стандартним спорядженням спортмайданчика, але й пограти в баскетбол чи настільний теніс.

Кожен майданчик відкривався урочисто та яскраво, спеціальна команда навчала користуватись обладнанням, організовуючи веселі конкурси під час відкриття.

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 починаючи 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 приблизно 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, що забезпечує грошові та натуральні вклади, практичну добровільну допомогу, обладнання, уніформу та інші матеріали і послуги для змагань Спеціальної Олімпіади.

Підтримка значимих для українців подій

Протягом усієї діяльності в Україні метою Компанії було створити смачний український продукт та зробити вне-

A grand opening has been held for each new playground built, where a special team through engaging competitions trained local residents to properly use the equipment for their benefit.

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 we are a pan-Ukrainian organisation with more than 12,000 athletes in 18 regions of the country. However, this number is 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.

Supporting Important Ukrainian Events

Creating delicious Ukrainian products and contributing to the development of the Ukrainian community and its culture has always being 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.

Since 2006, 77 sport playgrounds were constructed with the support of Coca-Cola Ukraine; 30 of them are located in the City of Kyiv, while other – all over Ukraine.

2007 року Кока-Кола в Україні стала партнером фестивалю «Країна Мрій». Компанія надзвичайно пишається цим партнерством, оскільки Кока-Кола прагне дарувати українцям унікальні події та свята.

Щороку фестиваль «Країна мрій» відвідує близько 200 тисяч осіб.

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.

«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 та чолі з Олегом Скрипкою.

2009 року Компанія Кока-Кола підтримала фестиваль також брендом квасу «Ярило», адже українські традиції народних забав, різноманітно представлених на «Країні мрій», та сутність бренду «Ярило» надзвичайно співзвучні. Тож галявина «Ярило», на якій відбувались багатирські забави, була неповторною і викликала захоплення усіх відвідувачів фестивалю.



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.

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 “Embroider with Coca-Cola!”. To take part in it, one should have come to the festival in a nice “vyshyvanka”,

and get shooted by a special photographer. Then, a special jury composed of famous Ukrainian singers headed by Oleg Skrypka, selects best of the best.

In 2009 the Coca-Cola Company has also supported the festival with its kvass brand “Yarylo” since the Ukrainian traditions of folk entertainment and the “Yarylo” brand essence are very similar. And a lawn “Yarylo”, where power competitions were taking place, was fully crowded, and the spectators were admiring it.

Coca-Cola in Ukraine has become a partner of “Kraina Mriy” in 2007, and is very proud of this partnership. Coca-Cola aims to presents unique events and holidays to the Ukrainians, and “Kraina Mriy” is a real festive event.

Around 200 000 persons visit “Kraina Mriy” every year.

До 200 000 школярів в усіх регіонах щороку приймають участь у конкурсі «Найкращий читач України».

Близько 60 фіналістів приїжджають до Львова для участі у завершальному етапі конкурсу та фестивалі «Книгоманія».

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 подіями Національний форум видавців заохочує до культури читання дітей та молодь. Це – Фестиваль дитячого читання «Книгоманія» та Всеукраїнський конкурс «Найкращий читач України», які Компанія Кока-Кола підтримала впродовж трьох років. 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 інтеративних спектаклях, вікторинах та квестах.

Доброчинність

Разом проти СНІДу

“Трансатлантичні партнери проти СНІДу» (ТППС) – міжнародна благодійна організація, яка мобілізує політичні, громадянські, наукові та економічні ресурси північно-американських, європейських та євразійських партнерів у боротьбі проти швидкого та руйнівного поширення ВІЛ/СНІДу в Росії, Україні та сусідніх країнах. 2008 року Кока-Кола в Україні підтримала ініціативу ТППС організувати та провести інформаційну кампанію «Стосується кожного!». Під час цієї акції, присвяченої Всесвітньому дню боротьби з наркоманією, понад 200 000 інформаційних листівок про ВІЛ/СНІД та наркотики було розповсюджено по поштових скриньках жителів Донецької області – одного з регіонів, де це захворювання найбільш поширене. У листівках були вказані адреси благодійних організацій, соціальних центрів і лікарень Донецька, де можна отримати допомогу, консультації з питань реабілітації та профілактики наркоманії і ВІЛ/СНІДу.

Другою спільною акцією стала інформаційна кампанія «Секс повинен бути захищеним». Її метою було привернути увагу молоді до епідемії ВІЛ/СНІД. Однією із складових цієї соціальної кампанії були відео- і аудіоролики,

Festival of Children's Reading “Knyhomania”

In 2007 Coca-Cola Ukraine sponsored the Publishers' Forum which takes place every year in Lviv, a unique social, cultural and intellectual event in the Ukrainian calendar. The National 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.

Charity

Together against AIDS

“Transatlantic Partners Against AIDS” (TPAA) is an independent organization that mobilizes political, public, scientific and financial support from North American, European and Eurasian partners in the fight against the rapid and destructive spread of HIV/AIDS in Russia, Ukraine and neighbouring countries. In 2008, Coca-Cola Ukraine supported an initiative by TPAA to organize and conduct an informational campaign “It Has to Do with Everyone!” During this event, organized on the occasion of the International Day Against Drug Abuse and Illicit Trafficking, over 200 000 informational leaflets on HIV/AIDS and drugs were distributed in the Donetsk region, where the infection has the highest penetration rate in Ukraine. The leaflets contained contact information of charitable organizations, social centers and hospitals in the region that provide assistance and consultations on rehabilitation and prevention of drug addiction and HIV/AIDS.

Informational campaign “Sex Must Be Protected” on the occasion of the World AIDS Day became the second joint event. It aimed at raising awareness among youth on the HIV/AIDS epidemics. Video and audio spots with famous Ukrainian football players, artists, chief editors of the Publishing House “Independent Media” and MTV Ukraine were

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.

Підтримка «Трансатлантичних партнерів проти СНІДу» стала для Кока-Кола в Україні наступним кроком після «Пробігу заради життя» (він кожного року проходив у Києві за підтримки ООН) у боротьбі зі СНІДом на Україні.

в яких виступали відомі українські футболісти, виконавці, головні редактори видавничого дому «Інdependent Медіа» та телеканалу «MTV Україна». Також в рамках цієї дещо провокаційної кампанії було розміщено метролайти на станціях метро у Києві і сіті-лайти у районних та обласних центрах України.

На сьогодні в Україні зареєстровано понад 145 тисяч випадків ВІЛ, хоча, за оцінками фахівців, від 340 тисяч до півмільйона українців може жити з ВІЛом/СНІДом.

Це – майже 2% дорослого працездатного населення, отже ВІЛ/СНІД загрожує національній безпеці держави, негативно впливає на її економічну конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість.

Географія добрих справ

З нагоди Міжнародного Дня захисту дітей Компанія Кока-Кола в Україні підтримала ініціативи та допомогла:

- Благодійному фонду «Хелпіка» у проведенні Міжнародного фестивалю “Назустріч мрії”, в якому взяло участь 2000 дітей.
- Благодійним фондам «Приятелі дітей» та «Україна3000» у проведенні благодійного концерту “Бачимо світ серцем”, у якому взяло участь 500 дітей.
- Національному фонду “Україна – дітям”, надавши подарунки для дітей, які перебувають на лікуванні у Київській міській онкологічній лікарні.
- Львівському міському центру соціальних служб в організації краєзнавчої мандрівки “Золота підкова Львівщини” для дітей та молоді з особливими потребами.
- Благодійній організації «Фонд Надії і Добра», яка провела Міжнародний дитячий фестиваль “Змінимо світ на краще!” в МДЦ “Артек”, у якому взяло участь 700 дітей з 50 країн світу.
- Всеукраїнському дитячому фольклорному фестивалю “ОРЕЛІ”, який відбувся у “Музеї Івана Гончара” і залучив 150 дітей.

a part of this campaign. Metro-lights in Kyiv and city-lights in the regions across Ukraine supported the campaign.

As for today, there are over 145 thousand registered HIV cases, though, according to various experts, there could be from 340 thousand up to half a million Ukrainian leaving with HIV/AIDS.

This figure constitutes almost 2% of the capable adults in Ukraine. Thus, HIV/AIDS threatens the State's national security, affects its economic competitiveness and investment attraction.

Geography of Good Causes

On the occasion of the International Children's Day, Coca-Cola in Ukraine provided support to:

- Charitable Foundation “Helpica”, who organized International festival “Towards the Dream”, involving 2000 children.
- Charitable Foundation “Pryjatelі Ditej” and “Ukraine 3000”, who organized a charitable concert “We See the World with Our Hearts”, involving 500 children.
- Charitable Foundation “Ukraine – to the Children”, having provided presents for children in the Kyiv City Oncology Hospital.
- Lviv City Social Center, who organized a lore journey “Golden Horseshoe of Lviv” for children and youth with special needs.
- Charitable Foundation of Hope and Good who organized International Children Festival “Let's Change the World for the Better!” in International Children Center “Artek”. 700 children from 50 countries participated in the event.
- The Ukrainian children's festival “ORELI” at Ivan Honchar Museum, in which 150 children participated.
- The nationwide children drawing contest, organized by the State Tax Administration. Children in 10 boarding schools and orphanages throughout Ukraine participated in the contest and received Coca-Cola presents.

Partnership with the “Transatlantic Partners Against AIDS” became the next step for Coca-Cola in Ukraine after the “Race for Life”, which used to be held in Kyiv under UN support to demonstrate the efforts applied to fight the AIDS epidemics in Ukraine.

Компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» також співпрацює з Товариством Червоного Хреста в Україні. Зокрема, надала логістичну підтримку для дистрибуції медикаментів, обладнання та інформаційних матеріалів по регіонах України під час епідемії грипу.

- Проект «Податки очима дітей», організований Державною податковою адміністрацією України. 10 шкіл-інтернатів та дитячих будинків по всій Україні взяли участь у конкурсі та отримали подарунки від компанії Кока-Кола.

До Міжнародного дня інвалідів, Компанія Кока-Кола в Україні підтримала:

- Урочистий захід Київської міської федерації фізкультури і спорту глухих, та
- Захід громадської організації «Київського центру профорієнтації дітей – інвалідів»

Окрім того, наша компанія надала підтримку таким регіональним подіям та організаціям:

- III Міжнародний турнір з футболу серед дітей у Закарпатській обл.,
- Екологічна акція «За чистий Ужгород!»,
- Допомога благодійній організації сиріт «ДД Надежда» у м. Харків,
- Бал випускників-медалістів у м. Житомир,
- Низка подій, організованих благодійним фондом «Медодар» у м. Рівне.

Новий рік – це радісне свято для дорослих і дітей, і через благодійні акції та залучаючи своїх співробітників, Кока-Кола допомагає створювати святковий настрій тим, хто позбавлений батьківської турботи. Зокрема, 2008 року серед співробітників було влаштовано благодійний збір коштів на купівлю комп'ютера для дитячого будинку в с. Велика Димерка, а 2009 року організовано збір книжок для дітей, що мешкають у дитячих будинках Броварського району. Окрім того, діти з нашого підшефного дитячого будинку „Дитяча мрія” в с. Велика Димерка отримали спеціальний подарунок – запрошення у Театр юного глядача на чарівну новорічну казку „Дванадцять місяців” та святковий обід у МакДональдс.

Загалом у 2009 році наша компанія підтримала близько десяти новорічних акцій, організованих благодійними фондами для дітей-сиріт та дітей-інвалідів по всій Україні. Компа-

On the occasion of the International Day of Disabled People, Coca-Cola in Ukraine supported:

- Festive event organized by Kyiv City Federation of Physical Culture and Sports for Deaf, and
- Event organized by “Kyiv Centre of Disabled Children”.

Besides, our Company supported the following regional events and organizations:

- The third International Football Tournament among children in Zakarpattia region,
- Environmental event “Clean Uzhgorod”,
- Charitable Foundation “Hope”, Kharkiv City,
- Ball for graduates-vedallists, Zhytomyr City,
- Events organized by charitable fund “Medodar”, Rivne City.

New Year is a very expected exciting 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 2008 the employees collected money with which a computer for Velyka Dymarka orphanage was purchased. In 2009, the employees were bringing children books, which were donated to several orphanages in Brovary district. Besides, children from Velyka Dymarka orphanage “Children’s Dream” were granted with a special New Year present – invitation to the Young Spectator Theatre to see a Christmas tale “12 months” and a dinner at McDonald’s.

In general, in 2009 our company supported nearly 10 New Year events, organized by charitable foundations for orphans and handicapped children throughout Ukraine. Coca-Cola was rewarded for its efforts with many letters from organizers and with happy children’s smiles.

Coca-Cola Beverages Ukraine has an established partnership with the Red Cross in Ukraine. Thusm during the flu epidemic in Ukraine, the Company has provided logistics support for distribution of medicines, equipment, informational materials across Ukraine.

2007 року Кока-Кола в Україні визнана благодійником року в Київській області.

2008 року – Кока-Кола в Україні визнана найкращим благодійником серед транснаціональних компаній.

40 молодих журналістів з 15 регіонів України пройшли навчання за весь час роботи Університету.

нія Кока-Кола отримала велику кількість подяк та відзнак від організаторів акцій та веселі усмішки щасливих дітей.

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» в Україні. Церемонія нагородження, на якій підводять підсумки благодійної діяльності компаній та інших організацій, відбувається щороку у грудні. Два роки поспіль Компанія Кока-Кола в Україні отримувала нагороди, які засвідчують суспільне визнання наших проектів – це допомога сиротинцям, благочинним фондам та корпоративні соціально відповідальні проекти, спрямовані на підтримку здорового способу життя і розвиток екологічних ініціатив.

Співпраця зі ЗМІ

Університет журналістської майстерності

Другий рік поспіль Система Компанії Кока-Кола в Україні та Асоціація видавців періодичної преси в рамках спільно започаткованого Університету Журналістської Майстерності проводить навчальні модулі для молодих регіональних журналістів. Перший модуль відбувся у 2008 році та був присвячений стандартам новинної журналістики. Темою другого модулю – у 2009 році – стала «Практичні навички написання цікавих для читача матеріалів. Фокус – екологія, зміни клімату, «зелені ініціативи» та корпоративна соціальна відповідальність».

Головною «фішкою» Університету стало «відпрацювання навичок» - самостійна робота учасників в умовах, максимально наближених до реальних. І саме це слухачі модулю відзначили як головну цінність для себе. Також вони високо оцінили ефективність поєднання різних видів робіт та відзначили цікавих гостей. Все це, за анкетними зворотного зв'язку», зробило навчання для них ефективним. Навчання через діалог, практичні завдання, перегляди тематичних фільмів, майстер-класи від авторитетних експертів ринку преси, змодельовані прес-

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 victory ceremony, when the charitable activity of various companies is summed up, is held in December every year since then. For two consecutive years, Coca-Cola Ukraine was awarded, 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 lifestyles and protecting the country’s vital environmental and water resources.

Cooperation with Media

University of Journalists’ Skills

In cooperation with the Association of Publishers of Periodicals, Coca-Cola System in Ukraine organizes trainings for young regional journalists within jointly launched “University of Journalists’ Skills”. The first module on modern news journalism was organized in 2008. “Practical skills in writing interesting for readers materials. Focus – environment, climate change, “green initiatives” and corporate social responsibility” became the topic for the second module, held in 2009.

“Training skills” – participants’ independent exercising in the most approximate to real work conditions is the University’s peculiarity. This is what the trainees appreciated most. They also highly evaluated the efficiency of various exercises and interesting guest speakers. All of the above, including the overall efficiency of the trainings, was evaluated through “feedback questionnaires”. The sessions within the University of Journalists Skills are pretty eventful as they include learning through dialogue, practical assignments, watching thematic movies, master-classes by influential experts on the media market, virtual press-conferences and press-lunches, and interactive games.

In 2007, Coca-Cola Ukraine was awarded first prize as the best charitable company in the Kyiv region.

In 2008 – the best charitable company among multinational companies.

40 young journalists from 15 regions in Ukraine received trainings within the University.

Головною метою Клубу стало 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.

10 вистав для 400 дітей з 20 провідних українських періодичних видань та телевізійних каналів щорічно напередодні нового року дарує Кока-Кола в Україні.

конференції та прес-ланчі, інтерактивні ігри – в такому насиченому форматі проходить навчання у Університеті Журналістської Майстерності.

Прес-клуб Аква

У 2009 році та підтримки ТМ «BonAqua» та ініціативи КП «Водно-інформаційний центр», Української Асоціації Видавців Періодичної Преси (УАВПП) та Всеукраїнської громадської організації «Союз споживачів України» був створений прес-клуб «Аква».

Під час першого засідання Клубу 17 журналістів зустрілися з 4 фахівцями і у відкритому спілкуванні обговорили питання якості питної води, її ресурсів та їх використання, ризиків та перспектив покращення якості питної води в Україні.

ТМ «BonAqua» зацікавлена, щоб люди були освічені у питаннях споживання питної, зокрема бутильованої води, і використовували тільки якісну питну воду. Тому як соціально відповідальний виробник вона підтримує Клуб, який допомагатиме журналістам підвищувати свій фаховий рівень. Клуб «Аква» планує збирати журналістів на регулярній основі.

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.

Press Club Aqua

In 2009, initiated by the Kyiv Water Information Center, Ukrainian Association of Publishers of Periodicals and All-Ukrainian Public Organization "Consumers Union of Ukraine" and supported by TM BonAqua, the Press Club Aqua was established.

During the first meeting of the Club, 17 journalists had an open discussion with four experts. They discussed the issues of quality drinking water, water resources and water use, risks and prospects for improvement of drinking water quality in Ukraine.

TM "BonAqua" is interested in public education of drinking water, and bottled water in particular consumption, and use quality water. And as a socially responsible producer, it supports the Club, which assists the journalists to promote their professional knowledge. It is planned that Club "Aqua" will conduct its sessions regularly.

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 guests with their parents to a festival where they can watch a fairy-tale performance and meet clowns and Father Frost. Every festival ends with the distribution of gifts.

Creating comfortable environment to distribute and exchange information, and providing opportunities for direct communication among the mass media representatives and various experts in water-related areas is the Club's main purpose.

10 performances for 400 children from 20 leading Ukrainian periodicals and TV channels are staged each year on New Year's Eve by Coca-Cola Ukraine.

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 Компаній 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 слугуємо. І ми переконані у тому, що зростання бізнесу залежить від інвестицій в економічний, екологічний та соціальний розвиток громад.

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 grow.



Контактна інформація

Іноземне підприємство Кока-Кола Беверіджиз Україна

а\с 40
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 інформацію або дати відгук про нашу продукцію чи акції, телефонуйте:

+ 38 0800-30-80-08

З 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

Contact us

Coca-Cola Beverages Ukraine

P.O. Box 40
51 km of St.-Petersburg highway
Village of Velyka Dymerka
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