



# AVANÇAMOS 2020

## JUNTOS FAZEMOS A DIFERENÇA

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE **2020**

# ÍNDICE

|   |  |    |
|---|--|----|
| ○ | Somos COCA-COLA  | 06 |
| ○ | <b>AVANÇAMOS</b>   |    |
|   | No nosso modelo de governo sustentável                     | 12 |
|   | Para oferecer mais variedade <b>BEBIDAS</b>                | 34 |
|   | Para uma economia circular <b>EMBALAGENS</b>               | 42 |
|   | Com os nossos colaboradores e comunidades <b>SOCIEDADE</b> | 56 |
|   | No nosso compromisso com a água <b>ÁGUA</b>                | 78 |
|   | Em direção ao nosso objetivo zero <b>CLIMA</b>             | 88 |
|   | Juntos <b>CADEIA DE FORNECIMENTO</b>                       | 96 |

# SOMOS Coca-Cola

## Carta dos Diretores-Gerais



O ano de 2020 foi marcado por novos desafios derivados de uma pandemia mundial sem precedentes, a COVID-19, trazendo consigo impactos e mudanças nas nossas vidas, tanto a nível pessoal como profissional. Ao concluir este relatório, continuamos a aprender com uma situação nova e excecional. Aprendizagem essa que poderemos utilizar para continuar a melhorar e fazer o nosso propósito comum: refrescar o mundo e marcar a diferença.

Ao longo do último ano soubemos adaptar-nos, quer como empresa e indústria, quer de forma individual. Graças a esta capacidade e resiliência, fomos capazes de manter as nossas metas e visão empresarial. Deste modo, **assumimos novos desafios, apostando na garantia do bem-estar, da saúde e segurança dos nossos colaboradores, do melhor serviço para os nossos clientes e apoio às comunidades em que estamos presentes.**

A nossa estratégia de sustentabilidade, Avanças, baseada nos objetivos que a The Coca-Cola Company e a Coca-Cola Europacific Partners (CCEP) estabeleceram para a Europa Ocidental, procura integrar as temáticas ambientais, sociais e de boa governança (ASG) nas nossas operações, atuando em seis eixos estratégicos que abarcam todos os aspetos do nosso negócio: bebidas, embalagens, sociedade, água, clima e cadeia de fornecimento.

Como parte da resposta exigida pelo contexto da COVID-19, e de modo a fortalecer o nosso compromisso com os nossos colaboradores, apostámos no teletrabalho em todos os postos que assim o permitiram, fortalecemos os nossos programas e canais de comunicação, promovemos estilos de vida ativos e saudáveis, bem como a conciliação e o desenvolvimento pessoal e profissional das nossas equipas.

De forma a dar resposta aos requisitos dos nossos stakeholders, direcionámos os nossos programas, recursos e esforços para apoiar o setor da hotelaria, da saúde, e grupos vulneráveis e associações, através de donativos, programas de voluntariado e parcerias que nos ajudaram a ir superando esta crise.

Continuamos a trabalhar para garantir que cumprimos a nossa parte no desenvolvimento do bem-estar pessoal dos nossos clientes e consumidores e expectativas da sociedade. Assim, apostamos em oferecer mais variedade de bebidas, menos açúcar, embalagens mais pequenas e mais informação ao consumidor.

**Estamos convencidos de que a sustentabilidade será a chave para sairmos mais fortalecidos desta crise, num contexto com mais oportunidades baseadas na inclusão e no respeito pelo meio ambiente.**

As parcerias internacionais e a estratégia de recuperação verde têm sido fundamentais para desenvolver o nosso compromisso com a sustentabilidade em toda a cadeia de valor face a desafios relevantes como as alterações climáticas e a economia circular.

Reconhecemos o nosso papel na luta contra as alterações climáticas e a necessidade de reduzir o nosso impacto ambiental. Por isso, estabelecemos na Europa Ocidental o objetivo de alcançar a neutralidade carbónica até 2040 e de reduzir as nossas emissões absolutas de Gases com Efeito de Estufa (GEE) em 30% em toda a nossa cadeia de valor até 2030.

Queremos ser líderes no caminho para a economia circular, e por isso trabalhamos para que todas as

embalagens possam ser recolhidas, reutilizadas e recicladas. O que irá evitar a criação de resíduos e, ao mesmo tempo, apoiar o objetivo de redução de emissões, assumindo o compromisso de publicar anualmente na Europa.

Neste sentido, aderimos em 2020 ao "Plano de Recuperação para a Europa" (Green Recovery) e ao "Recover Better" do Pacto Global das Nações Unidas. Iniciativas que nos impulsionam para uma recuperação sustentável após a COVID-19 e nos motivam para continuar a agir na sociedade e no planeta com ações que reafirmam os nossos compromissos e que damos a conhecer através deste relatório.

Por último, gostaríamos de anunciar a união bem-sucedida da Coca-Cola European Partners e da Coca-Cola Amatil, a partir da qual nasce a Coca-Cola Europacific Partners, o maior engarrafador mundial da Coca-Cola em termos de receitas.

2020 foi um ano de destaque em muitos aspetos. Neste ano, reconhecemos mais do que nunca a contribuição diária dos nossos colaboradores, inclusive nas circunstâncias de maior adversidade. Esta situação realçou a importância de fazer da sustentabilidade um pilar fundamental para o progresso, fortalecendo o nosso compromisso de continuar a trabalhar no desenvolvimento do nosso negócio, com base em princípios que permitam o equilíbrio das vertentes económicas, sociais e ambientais. Com estes pilares, podemos superar os desafios atuais, tal como temos vindo a fazer ao longo da nossa história centenária: convertendo a adversidade em oportunidade.

**Francesc Cosano**  
Diretor Geral da  
Coca-Cola Europacific  
Partners Iberia

**Juan Ignacio de Elizalde**  
Diretor Geral da  
Coca-Cola Iberia



## COCA-COLA

### Duas empresas, um Sistema

A "The Coca-Cola Company" e a "Coca-Cola Europacific Partners" formam o Sistema Coca-Cola na Europa. Duas empresas unidas pelo forte compromisso de desenvolver um modelo de negócio sustentável. Operam de forma estratégica e complementar na cadeia de valor da Coca-Cola, criando sinergias que permitam alcançar um crescimento sustentado e sustentável.

A **The Coca-Cola Company** é a empresa proprietária das marcas e responsável pela geração da procura.

A **Coca-Cola Europacific Partners** é a empresa responsável pela produção, venda e distribuição de bebidas e tem como objetivo atender à procura crescente de produtos e levar a experiência da Coca-Cola a cada canto dos diferentes mercados em que opera.

### *The Coca-Cola Company*

Somos a maior empresa de bebidas do planeta: contamos com mais de 200 marcas, consumidas em mais de 200 países e estamos cotados em bolsa há mais de 100 anos. O nosso compromisso consiste em oferecer aos nossos consumidores uma vasta gama de bebidas que possam adaptar-se aos seus gostos e às diferentes ocasiões de consumo.

A The Coca-Cola Company é proprietária das marcas e responsável pelo fornecimento dos concentrados para as bebidas, além de gerar procura através de ações de marketing baseadas na escuta ativa dos diferentes stakeholders.

Espanha e Portugal integram a divisão Ibérica da Coca-Cola Company (Coca-Cola Iberia).

A nossa área de atuação geográfica na Europa Ocidental coincide com a da Coca-Cola Europacific Partners e depende administrativamente da central da The Coca-Cola Company em Atlanta, nos Estados Unidos da América.

Procuramos inovar continuamente o nosso portefólio, desenvolvendo novos produtos e bebidas.

Juntamente com os nossos parceiros de engarrafamento empregamos mais de 700.000 pessoas em todo o mundo e potenciamos o desenvolvimento económico, social e ambiental das comunidades locais em que operamos.

### *Coca-Cola* EUROPACIFIC PARTNERS

Em 2020, a Coca-Cola European Partners foi o maior engarrafador independente da Coca-Cola no mundo em termos de receitas. Somos responsáveis pela produção e engarrafamento de bebidas, pelo contacto comercial e gestão de clientes, e pela venda e distribuição de produtos.

Além disso, assumimos os investimentos necessários ao nível da produção e instalações. Somos uma empresa independente, listada nas bolsas de Nova Iorque (NYSE), Amsterdão (AMS), Londres (LSE) e nas bolsas de valores espanholas com a designação CCEP.

Mais de 300 milhões de pessoas desfrutam das bebidas que produzimos nos 13 países da Europa Ocidental em que operamos: Andorra, Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Grã-Bretanha, Islândia,

Luxemburgo, Mónaco, Noruega, Países Baixos, Portugal e Suécia. Contamos ainda com um escritório comercial na Bulgária. Espanha, Portugal e Andorra integram a divisão ibérica da Coca-Cola Europacific Partners, que presta serviço a 450.000 clientes.

Em maio de 2021, a partir da união bem-sucedida da Coca-Cola European Partners e da Coca-Cola Amatil, nasceu a Coca-Cola Europacific Partners, o maior engarrafador mundial da Coca-Cola com base nas receitas. Somos uma empresa líder a nível mundial no setor do grande consumo. O nosso portefólio inclui algumas das bebidas mais populares e icónicas do mundo. Servimos mais de 1,75 milhões de clientes e estamos presentes em 29 países Europeus, no Pacífico e na Indonésia, chegando a mais de 600 milhões de consumidores.



# Ajudamos a construir um futuro sustentável

## Propósito

O nosso propósito é refrescar o mundo e fazer a diferença na vida das pessoas e do planeta.

Através do nosso objetivo global **"Refresh the world. Make a difference"** (Refresca o mundo. Faz a diferença) procuramos criar e comercializar marcas e bebidas que satisfaçam as necessidades dos clientes e consumidores, avançando simultaneamente com uma linha de negócio mais sustentável que contribua para a criação de um futuro melhor para todos.

Em 2019 fizemos uma paragem para refletir sobre o nosso propósito. Percebemos que o nosso objetivo deve continuar a ser "refrescar o mundo", mas sentimos que deveria ser complementado com algo mais. Surge assim a segunda parte do lema "fazer a diferença", nomeadamente perante os desafios do mundo atual, dando destaque a cada um dos protagonistas da nossa atividade:



- **Os consumidores e os clientes**, no centro do negócio.
- **Os trabalhadores**, como força motriz, promovendo o seu desenvolvimento pessoal e profissional.
- **As comunidades**, criando oportunidades para as pessoas e mudanças significativas nas suas vidas.
- **O planeta**, reduzindo ao máximo a pegada ambiental.

## Gerar valor, um compromisso transversal a todo o nosso negócio

Procuramos integrar a visão de cada um dos nossos stakeholders relativamente ao nosso objetivo, de modo a gerar valor desde a aquisição de matérias-primas até que o produto chegue ao consumidor final.



Neste sentido, a **nostra visão** é criar e comercializar marcas e produtos que cativem as pessoas.



O **nosso compromisso** é fazê-lo através de um negócio mais sustentável, que contribua para um futuro melhor e que faça a diferença na sociedade e no planeta.



Queremos que nos identifiquemos pela **liderança de um modelo de negócio**, o qual pode ser parte da solução e fonte de inspiração para alcançarmos mudanças positivas.



Assim, **investimos nas pessoas** para melhorar as suas vidas e construir um futuro melhor para todos.



Geramos valor em **parceria com todos os nossos clientes**, desde o maior supermercado até ao bar, café ou restaurante mais pequeno. Trabalhamos para oferecer o melhor dos serviços e construir relações de sucesso.



## Stakeholders

**Graças à participação dos nossos stakeholders, podemos gerir os desafios que se apresentam e gerar valor.**

Ouvimos as expetativas e pedidos dos nossos stakeholders, integrando-os na nossa estratégia corporativa.

Mantemos um diálogo constante e sólido com cada um dos nossos stakeholders de modo a melhorar os nossos processos de tomada de decisão, contribuindo para um desenvolvimento mais justo.

Estabelecemos relações de confiança e alianças estratégicas pensadas a longo prazo como alavanca para o crescimento sustentável e sustentado da nossa organização. A Coca-Cola Iberia e a Coca-Cola Europacific Partners dispõem de canais de comunicação e diálogo, a nível global e local, dirigidos aos diferentes grupos de interesse, que nos permitem uma maior aproximação de modo a podermos ir ao encontro das suas expetativas.



Ofeceremos  
**aos nossos colaboradores**  
condições de trabalho justas, seguras e favoráveis, que contemplam formações, acesso a informação e um diálogo aberto.



Disponemos de canais de diálogo para os **nossos consumidores**, através das redes sociais, canais corporativos e do canal de denúncias. Acompanhamos de forma personalizada cada caso para dar resposta aos pedidos.



Promovemos um diálogo aberto e constante com os **nossos fornecedores**, especialmente com aqueles que são estratégicos para nós.



Mantemos um diálogo constante com os diferentes **meios de comunicação**, tanto especializados como generalistas, através de comunicações, encontros e outros fóruns e eventos.



Organizamos encontros e atividades com os agentes das nossas **comunidades** (Instituições Públicas e Organizações Não Governamentais - ONGs) para manter um diálogo aberto e trabalhar em parceria.



Estamos à disposição dos **nossos clientes** através da nossa equipa comercial, oferecendo atenção personalizada e uma estratégia multicanal.





# AVANÇAMOS com o nosso modelo de governo sustentável

*The Coca-Cola Company*

O compromisso do nosso governo corporativo centra-se no comportamento ético, responsável e transparente de modo a promover uma cultura forte, inovadora e colaborativa.

Estabelecemos diferentes mecanismos para fomentar um comportamento ético em toda a nossa cadeia de valor.

## Governo Corporativo

Os nossos princípios e práticas de negócios promovem uma cultura inovadora e colaborativa que está comprometida com o comportamento ético, responsável e transparente.

Através das normas e linhas de ação é possível gerar confiança e alinhar a nossa estratégia com os interesses de todos os nossos stakeholders.

À escala global, e segundo o sistema de governança da The Coca-Cola Company, existe um **conjunto de comités** para ajudar no desenvolvimento das suas funções.

## ► Comité

**Executivo**  
**Auditoria**  
**Compensação**  
**Diretores e Governo Corporativo**  
**Finanças**  
**Desenvolvimento de Gestão**  
**Revisão da Diversidade, ASG e Assuntos Públicos**

## Código de Conduta

O nosso modelo direciona todas as pessoas que fazem parte da Coca-Cola Iberia, inclusive os nossos parceiros de negócio, para uma atuação correta, íntegra e honesta.

## Diretrizes internas

O nosso conjunto de políticas, códigos e princípios serve de base teórica para a promoção de um comportamento ético, responsável e transparente em todas as nossas operações:

- Programa anticorrupção.
- Norma regional sobre a aceitação de presentes de clientes, fornecedores e outros parceiros.
- Política de conflito de interesses aplicável a todos os colaboradores.
- Código de Ética para Não Colaboradores.
- Código de Ética para Fornecedores.
- Princípios Orientadores para Fornecedores.

## Canal de Denúncias

O nosso canal ético **"Ethics Line"**, está **disponível em todo o mundo, em vários idiomas, 24 horas por dia, sete dias por semana**. Trata-se de um serviço internacional criado pela The Coca-Cola Company que permite a qualquer pessoa fazer perguntas e denunciar possíveis infrações via web ou por telefone.

24/7

Além disso, a nível local, oferecemos aos colaboradores da Coca-Cola Iberia um **canal de denúncias para que tenham a possibilidade de iniciar qualquer procedimento de uma forma mais próxima**. As denúncias realizadas através deste canal são dirigidas ao Comité de Compliance, que se compromete a dar uma resposta num prazo de três dias e analisar cada incidência tomando as medidas necessárias. O **Comité de Compliance** emite um relatório anual com informação sobre todas as incidências registadas.

## Comité de Direção

O órgão de governo máximo da Coca-Cola Iberia dispõe de um **Plano de Formação e Desenvolvimento**, que permite ao **Conselho de Administração e Senior Management** participar ao longo do ano em processos de formação personalizada e atualização de assuntos relevantes, além de realizar visitas a fábricas e entrevistas com especialistas.

## Código de Ética e Comité de Compliance

O Comité de Compliance, que depende diretamente do órgão de governo máximo da Coca-Cola Iberia em Espanha, é responsável pela supervisão e seguimento do **Código de Conduta e do canal de denúncias local**.

Para garantir o cumprimento de todas as normas e implementação do Código de Ética na cultura laboral da empresa, contamos com o **"Local Ethics Officer"**, responsável pelo cumprimento dos princípios, políticas e procedimentos estabelecidos pelo Código.

## Membros do Comité de Direção\*



**JUAN IGNACIO DE ELIZALDE**  
General Manager

**JOSÉ LUIS RAMOS**  
Finance Director

**MARTA MUÑOZ**  
Human Resources Director

**ESTHER MORILLAS**  
Marketing Director

**JOSÉ NÚÑEZ**  
Technical Director

**PEDRO FERNÁNDEZ**  
S&I Director

**JOSÉ CARLOS CRUZ  
ANTONIO CLAVERIA\***  
Operations Director

**LUCÍA LOBATO**  
Iberia Counsel

**PELAYO BEZANILLA  
NATALIA GONZÁLEZ-VALDÉS\***  
Public Affairs, Communication  
& Sustainability Director

(\* Juntaram-se ao Comité de Direção da Coca-Cola Iberia a 1 de setembro de 2020.

## Governo de Sustentabilidade

### Conselho Global de Relações Públicas e Reputação Corporativa

É responsável pela gestão da Responsabilidade Corporativa, pela identificação de riscos e oportunidades nos nossos negócios e comunidades, e pela proposta de estratégias de ação.

Este conselho é composto por um grupo multifuncional de altas chefias e reúne-se semestralmente para garantir o seguimento adequado das iniciativas desenvolvidas e propor projetos transversais a toda a organização.

### Comissão de Responsabilidade Corporativa

Na Iberia, esta comissão depende do Comité de Direção e reúne-se semestralmente para garantir o seguimento adequado das iniciativas desenvolvidas e propor projetos que envolvam toda a organização.

Em 2020, os sete grupos de trabalho interdisciplinares da Comissão fizeram progressos ao nível da mobilidade sustentável, Investimento Socialmente Responsável, promoção de uma cultura de desenvolvimento sustentável, compras responsáveis, assim como a integração de pessoas com deficiência e uma melhoria da avaliação e transparência.

O cargo mais elevado com responsabilidade direta pela estratégia de sustentabilidade da Coca-Cola a nível global é ocupado pela Vice-Presidente e Diretora de Relações Públicas, Comunicação e Sustentabilidade da The Coca-Cola Company, que reporta diretamente ao Diretor-Geral e ao CEO. Em Portugal, o cargo de Responsabilidade Corporativa depende do Diretor de Relações Públicas, Comunicação e Sustentabilidade, que depende diretamente do Comité de Direção.

## Direitos Humanos

### O respeito pelos Direitos Humanos é um valor fundamental em todas as nossas operações.

De acordo com os Princípios Orientadores das Nações Unidas, promovemos o respeito pelos Direitos Humanos na relação com os nossos colaboradores, fornecedores, clientes e stakeholders.

Desenvolvemos uma Política de Direitos Humanos que promove o respeito e a aplicação dos Direitos Humanos na nossa atividade, e que se estende aos nossos parceiros através dos nossos Princípios Orientadores para Fornecedores.

## Política de Anticorrupção

Em linha com o nosso compromisso de transparência e ética, em 2020, procedeu-se à revisão e atualização da Política de Anticorrupção.

Este documento é aplicável a todos os colaboradores, funcionários, diretores e terceiros que trabalhem em nome da Coca-Cola.

### Dentro desta Política destaca-se:

- A proibição de qualquer tipo de suborno, quer na relação com funcionários públicos, quer no setor privado.
- Protocolos e procedimentos validados por diferentes órgãos de governo relativamente à política de presentes.
- As diligências a seguir na relação com os parceiros de negócio.
- Utilização da EthicsLine como ferramenta para notificar infrações e como mecanismo de revisão e aprovação.
- Regulação de temas relacionados com legislação aplicável nesta matéria, como: suborno governamental, suborno comercial, pagamentos de facilitação, transações governamentais, presentes, refeições, viagens e entretenimento, donativos, produtos promocionais e/ou contribuições políticas.
- Processos de capacitação e auditorias para assegurar o seu cumprimento.





**Coca-Cola**  
EUROPACIFIC  
PARTNERS

Na Coca-Cola Europacific Partners estamos comprometidos com os mais altos padrões de governo corporativo e reconhecemos a importância da transparência e da integridade a todos os níveis na nossa empresa.

Através do nosso modelo de governo, procuramos gerar valor para todos os nossos stakeholders, tendo muito presente a associação com a The Coca-Cola Company como uma alavanca para um crescimento conjunto sustentado e sustentável.

**Agimos com integridade e responsabilidade em todas as nossas relações, cumprindo todas as leis, regulamentos e políticas aplicáveis. O nosso objetivo é impedir todas as formas de suborno e corrupção nos nossos negócios.**

## O Nosso Modelo de Governo Corporativo

O órgão máximo da Coca-Cola Europacific Partners é o Conselho de Administração Europeu, que, por sua vez, se subdivide no Comité de Direção Europeu, Conselho e Comité de Direção por região. Os Comités garantem o cumprimento do objetivo de fomentar o comportamento ético na organização.

- **Comité de Auditoria:** responsável por monitorizar a integridade das demonstrações financeiras e fazer a correta gestão dos riscos da organização.
- **Comité de Transações Afiliadas:** gere a relação com investidores e acionistas.
- **Comité de Responsabilidade Corporativa:** responsável por cuidar da nossa estratégia de sustentabilidade, e pela promoção de políticas e riscos associados à alteração climática, entre outros.
- **Comité de Nomeação:** analisa questões relacionadas com a alta chefia e a sucessão de diretores, considerando fatores como a cultura, diversidade, talento e liderança.
- **Comité de Remuneração:** responsável pela estrutura de remuneração em todos os níveis da empresa, bem como pela supervisão do cumprimento de políticas e princípios relacionados com os esquemas de ação para colaboradores.

## Governo corporativo na Iberia



**Francesc Cosano**  
General Director

**Albert Pérez**  
VP, Finance Iberia Business Unit

**Pedro Vinhas**  
VP, Supply Chain Iberia Business Unit

**Ana Callol**  
VP, PACS Iberia Business Unit

**Marta Sempere**  
VP, HR Iberia Business Unit

**David Marimon**  
Director, IT Iberia Business Unit

**Juan de Rueda**  
VP, Legal Iberia BU

**Rui Serpa**  
VP, Country Director Portugal

**Ferran Gall**  
VP, Commercial Director

**Andrés Curbelo**  
Business Executive Support

## Código de conduta

Estabelece os nossos princípios e normas para prevenir o suborno e a corrupção, assim como conflitos de interesse e troca de presentes e atividades de lazer.

O Código de Conduta foi formalmente adotado em todos os territórios em que operamos, assim como no nosso Centro de Serviços Partilhados na Bulgária.

Esperamos que todos os colaboradores adiram a este Código, e que todos os terceiros que trabalham em nosso nome atuem de forma ética e em conformidade com o mesmo, cumprindo os nossos Princípios Orientadores para Fornecedores.

Para promover o seguimento e aplicação do Código, todos os colaboradores devem realizar uma formação sobre o Código de Conduta e todos os gestores recebem um guia do Código que aborda as suas responsabilidades e fornece orientação para apoiar a tomada de decisões. Além disso, oferecemos formação sobre temas relacionados com funções específicas sempre que necessário.

### Comités de Código de Conduta

A investigação de possíveis infrações ao nosso Código de Conduta é supervisionada pelo comité local de Código de Conduta, presidido pelo Vice-Presidente dos Assuntos Jurídicos da unidade de negócios da divisão ibérica.

Todas as denúncias de violações do Código e ações corretivas são supervisionadas pelo Comité de Código de Conduta do grupo, que é um subcomité do Comité de Risco e Cumprimento, presidido pelo Diretor de Cumprimento.

### Comité de Ética

A unidade de negócios da Iberia dispõe de um Comité de Ética composto por membros da equipa de direção.

Este comité tem autoridade e autonomia relativamente à iniciativa e supervisão do modelo de prevenção penal da unidade de negócios da Iberia, incluindo o Comité do Código de Conduta.

O Comité de Ética reporta ao Conselho de Administração da Coca-Cola Europacific Partners e ao Chief Compliance Officer do Grupo.

- **Speak-Up Channel:** é um canal online e telefónico confidencial para comunicar suspeitas ou preocupações sobre possíveis infrações do nosso Código de Conduta, das nossas políticas principais ou da legislação.

Através deste canal, proporcionamos espaço e meios para que todas as vozes sejam ouvidas, criando condições para que todos se sintam capacitados para prosperar e contribuir para o crescimento da nossa empresa.

O CCEP Speak-Up é gerido por uma empresa independente e está disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, em todos os idiomas locais.

24/7

Sempre que as leis locais o permitam, os denunciadores podem permanecer anónimos. Do mesmo modo, não toleramos qualquer tipo de represália por ser efetuada uma queixa ou por cooperação nas investigações realizadas.

Desta forma, qualquer colaborador que deseje manifestar a sua preocupação sobre irregularidades na empresa pode fazê-lo de diferentes formas, conforme estabelecido no nosso Código de Conduta, incluindo, entre outros, o contacto com o seu superior direto, através dos nossos canais de Speak-Up. Sempre que um colaborador manifeste a sua preocupação relativamente ao Código de Conduta, a Coca-Cola Europacific Partners levará a cabo uma investigação de forma rápida e adequada.

**Assumimos o compromisso de realizar a nossa atividade seguindo os mais altos padrões de ética e proibindo todas as formas de suborno e corrupção nos nossos negócios.**

### Outros mecanismos para fomentar o comportamento ético

Mantemos o acompanhamento contínuo do cumprimento das nossas políticas, realizamos as atualizações necessárias e desenvolvemos formações obrigatórias e audiências internas, sempre que necessário.

### Políticas de Conflito de Interesses e Anticorrupção, Presentes e Entretenimento

Após consultar os comités da empresa em cada um dos países em que operamos, em 2019 lançámos a nossa Política Anticorrupção, Presentes e Entretenimento e a nossa Política de Conflito de Interesses. Estas políticas aplicam-se a todos os colaboradores e são acompanhadas de formação.

**O nosso objetivo é evitar todas as formas de suborno e corrupção nas nossas relações comerciais, conforme estabelecido no nosso Código de Conduta, incluindo conflitos de interesse e troca de presentes e convites.**

### Política de Presentes, Atividades de Lazer e Anticorrupção

Proíbe a corrupção e todas as formas de suborno no setor público e privado. Nunca nos devemos envolver nestas práticas, diretamente ou através de terceiros.

### Política de Conflitos de Interesse

Evita que as atividades pessoais dos colaboradores, interesses ou relações externas interfiram, ou pareçam interferir, com a sua capacidade de agir no melhor interesse da Coca-Cola Europacific Partners. Os nossos colaboradores nunca deverão usar a sua posição na empresa para benefício próprio.

### Política de Direitos Humanos

A nossa política de direitos humanos foi desenvolvida em linha com os Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos, com os padrões estabelecidos pela Organização Internacional do Trabalho e a Declaração sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho do Pacto Global.

O Sistema Coca-Cola trabalha em colaboração com os seus fornecedores para respeitar e proteger o ser humano e os seus direitos em toda a cadeia de fornecimento.

**Assumimos o compromisso de que todas as pessoas envolvidas nas nossas operações sejam tratadas com dignidade e respeito.**



# A sustentabilidade no centro da nossa estratégia 2020

Continuamos a trabalhar em todos os mercados da Europa Ocidental com objetivos definidos para a nossa estratégia de sustentabilidade.

## RESPONDEMOS à situação causada pela pandemia

Na Coca-Cola temos enfrentado o desafio da pandemia COVID-19 colocando o foco no agora, ajudando a atenuar a situação que estamos a viver e colocando também o nosso olhar sobre o futuro. Por isso, estamos continuamente focados em **proteger os nossos colaboradores, assegurar o melhor serviço para os nossos clientes e apoiar as comunidades em que estamos presentes.**



### Os nossos clientes

- Adaptamos a produção e a logística para assegurar o melhor serviço.
- Assumimos a segurança e saúde como prioridades.
- Apoiamos a hotelaria:
  - Em parceria com a Federação das Indústrias Portuguesas Agro-Alimentares (FIPA) lançámos a campanha "Sabe pela Vida" para trazer os consumidores de volta ao Horeca.
  - Criámos uma plataforma de ementas digitais para os clientes usarem em segurança.
  - Programas específicos para o regresso à normalidade.



### Os nossos colaboradores

- Cuidamos da saúde dos nossos colaboradores através do reforço das medidas de segurança e através do trabalho remoto sempre que possível.
- Reconhecemos a contribuição da nossa linha da frente (compensação extraordinária de 500 euros).
- Mantemos uma comunicação fluida e transparente.
- Facilitamos atividades de voluntariado para aqueles que queiram colaborar com a comunidade.



### As nossas comunidades

- A The Coca-Cola Foundation apoiou comunidades de todo o mundo no valor de 120 milhões de dólares. Em Portugal esse apoio foi dado à Cruz Vermelha Portuguesa para construir dois Hospitais de Campanha para o combate à COVID-19, para equipamento de proteção individual e para financiar testes de COVID-19 durante 45 dias.
- Lançámos o programa 'Bora Jovens' para apoiar a empregabilidade jovem nas comunidades em contexto social desfavorável.
- Doámos bebidas: mais de 100.000 litros doados a entidades sociais, hospitais ou forças de segurança do estado.
- Redirecionámos projetos sociais, como o 'Bora Mulheres', dando-lhe um formato online de modo a continuar a apoiar o empreendedorismo feminino.



Em tempos difíceis é fundamental enfrentar os desafios a partir de uma visão o mais ampla possível. A saúde do planeta está diretamente relacionada com a nossa própria saúde, por isso, a luta contra as alterações climáticas e o seu impacto na biodiversidade, a defesa da água como recurso essencial e o cuidado com as pessoas, entre outros, são os eixos estratégicos de atuação da Coca-Cola.

Neste relatório apresentamos o nosso progresso e os compromissos assumidos para Portugal em toda a cadeia de valor.



## AVANÇAMOS, a nossa estratégia de sustentabilidade

Em 2017 foi efetuada uma análise do contexto interno e externo das nossas empresas, que incluiu a consulta exaustiva dos nossos stakeholders. Fruto desse processo **surgem os seis eixos estratégicos** que constituem as questões materiais da nossa gestão e que **visam criar um impacto significativo nas áreas que os nossos stakeholders desejam que priorizemos**. Em cada uma destas áreas, assumimos uma série de compromissos que, de forma conjunta, proporcionam uma direção clara na qual temos vindo a trabalhar ao longo de toda a nossa cadeia de valor para construir um futuro melhor.



**BEBIDAS**

Seremos uma empresa de bebidas que disponibiliza aos consumidores uma maior variedade de bebidas com menor quantidade de açúcar ou sem açúcar.



**EMBALAGENS**

Recolheremos todas as nossas embalagens para que nenhuma acabe como resíduo, especialmente nos oceanos.



**SOCIEDADE**

Seremos um agente de mudança positiva que promove a inclusão e o desenvolvimento económico na sociedade: com os nossos colaboradores e as nossas comunidades.



**ÁGUA**

Vamos continuar a adotar uma gestão responsável na utilização da água ao longo de toda a nossa cadeia de valor.



**CLIMA**

Vamos reduzir para metade as nossas emissões diretas de carbono e utilizar eletricidade 100% renovável.



**CADEIA DE FORNECIMENTO**

Adquiriremos os nossos principais ingredientes e matérias-primas de forma responsável e sustentável.



As seis linhas de atuação do "Avançamos" têm por base os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Contribuímos de forma direta para 6 ODS através das áreas-chave da nossa estratégia de sustentabilidade (ODS 3, 4, 6, 12, 13 e 17). Além disso, ao longo da nossa cadeia de valor, contribuímos indiretamente para mais 7 objetivos: ODS 5, 7, 8, 9, 10, 14 e 15.



**ODS 3**

3.4 Promover a saúde e o bem-estar.



**ODS 4**

4.4 Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilitações relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo.



**ODS 6**

6.4 Aumentar o uso eficiente dos recursos hídricos.  
6.6 Proteger e restaurar ecossistemas relacionados com a água.



**ODS 12**

12.2 Gerir de forma sustentável e eficiente os recursos naturais.  
12.5 Reduzir a geração de resíduos através da prevenção, redução, reciclagem e reutilização.  
12.8 Formar e sensibilizar para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis.



**ODS 13**

13.1 Reforçar a resiliência a riscos relacionados com o clima e desastres naturais.  
13.3 Melhorar a educação e a sensibilização para as alterações climáticas.



**ODS 17**

17.17 Promover parcerias eficazes na esfera público-privada e na sociedade civil.





# A nossa cadeia de valor

Estamos convencidos de que a nossa posição na indústria das bebidas implica o desafio de sermos líderes na transformação sustentável, pelo que temos assumido o compromisso de trabalhar ao longo de toda a nossa cadeia de valor seguindo as melhores práticas e normas internacionais, de acordo com os grandes pactos, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Só com as melhores matérias-primas, o packaging adequado para cada bebida e ocasião e dando importância a todos os recursos, podemos produzir e distribuir milhões de produtos a todos os nossos clientes e consumidores. Ao participarmos na nossa comunidade obtemos os melhores resultados financeiros e sociais.

Em toda a nossa cadeia de valor aplicamos boas práticas que contemplam critérios de qualidade e sustentabilidade para nos ajustarmos às exigências do mercado. Garantimos o melhor serviço através das nossas linhas de produção, distribuição e comercialização.

## Impacto na nossa cadeia de valor

Em 2019 realizámos um estudo sobre o impacto socioeconómico, para sintetizar e quantificar o impacto que as nossas ações têm sob a perspetiva económica, social e ambiental. Os resultados do estudo são os seguintes:



### O nosso negócio

- 15 marcas, mais de 60 produtos, e mais de 150 referências.
- Uma fábrica em Azeitão que produz mais de 90% do que vendemos em Portugal.
- 5 delegações comerciais: Norte, Centro, Sul, Açores e Madeira.
- Cooperamos com 27 distribuidores para chegar a cerca de 82.000 estabelecimentos.
- Foram vendidos cerca de 200 milhões de litros de produtos Coca-Cola.



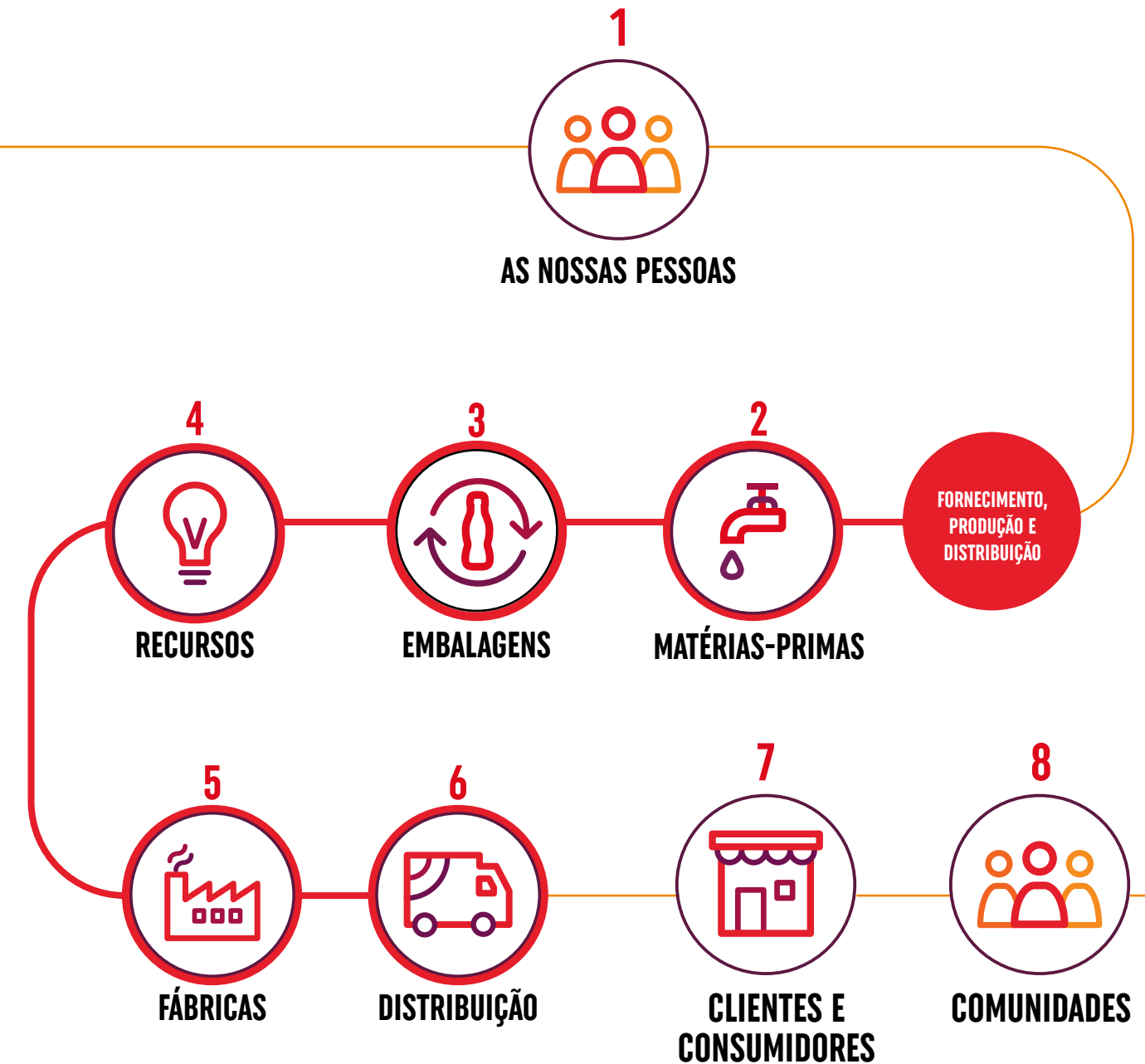
### A nossa contribuição para a economia

- A contribuição das atividades da Coca-Cola para a economia portuguesa atinge os 418 milhões de euros. Esta contribuição representa 0,2% do PIB português.
- Em 2019, os consumidores gastaram cerca de 520 milhões de euros em bebidas Coca-Cola.



### A nossa contribuição para o emprego

- Em Portugal, a Coca-Cola tem 380 colaboradores e contribui com cerca de 7.600 postos de trabalho indirectos para o país.
- Cada posto de trabalho directo na Coca-Cola tem um impacto indirecto em 20 postos de trabalho noutros locais na economia.





**51%** na Coca-Cola Iberia

**24,4%** na Coca-Cola Europacific Partners Portugal

**994 H** de formação ministrada na Coca-Cola Iberia

**13.165 H** de formação registada na Academy da Coca-Cola Europacific Partners Portugal

% de cargos diretivos ocupados por mulheres

Políticas e práticas sobre diversidade e inclusão

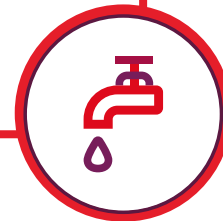
Formação dos nossos colaboradores



AS NOSSAS PESSOAS



FORNECIMENTO, PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO



MATÉRIAS-PRIMAS



2020, o primeiro ano em que a CCEP foi incluída na Lista A da CDP – Supplier Engagement Leaderboard

**100%** do açúcar utilizado provém de fontes sustentáveis

Fornecedores que aderiram aos Princípios Orientadores

**100%** de adesão (Coca-Cola Iberia)

**89%** de adesão (Coca-Cola Europacific Partners Portugal)

**99,2%** de embalagens recicláveis

**89,5%** das nossas garrafas de vidro são reutilizáveis

**24,7%** das nossas garrafas é PET reciclado



EMBALAGENS

3



4

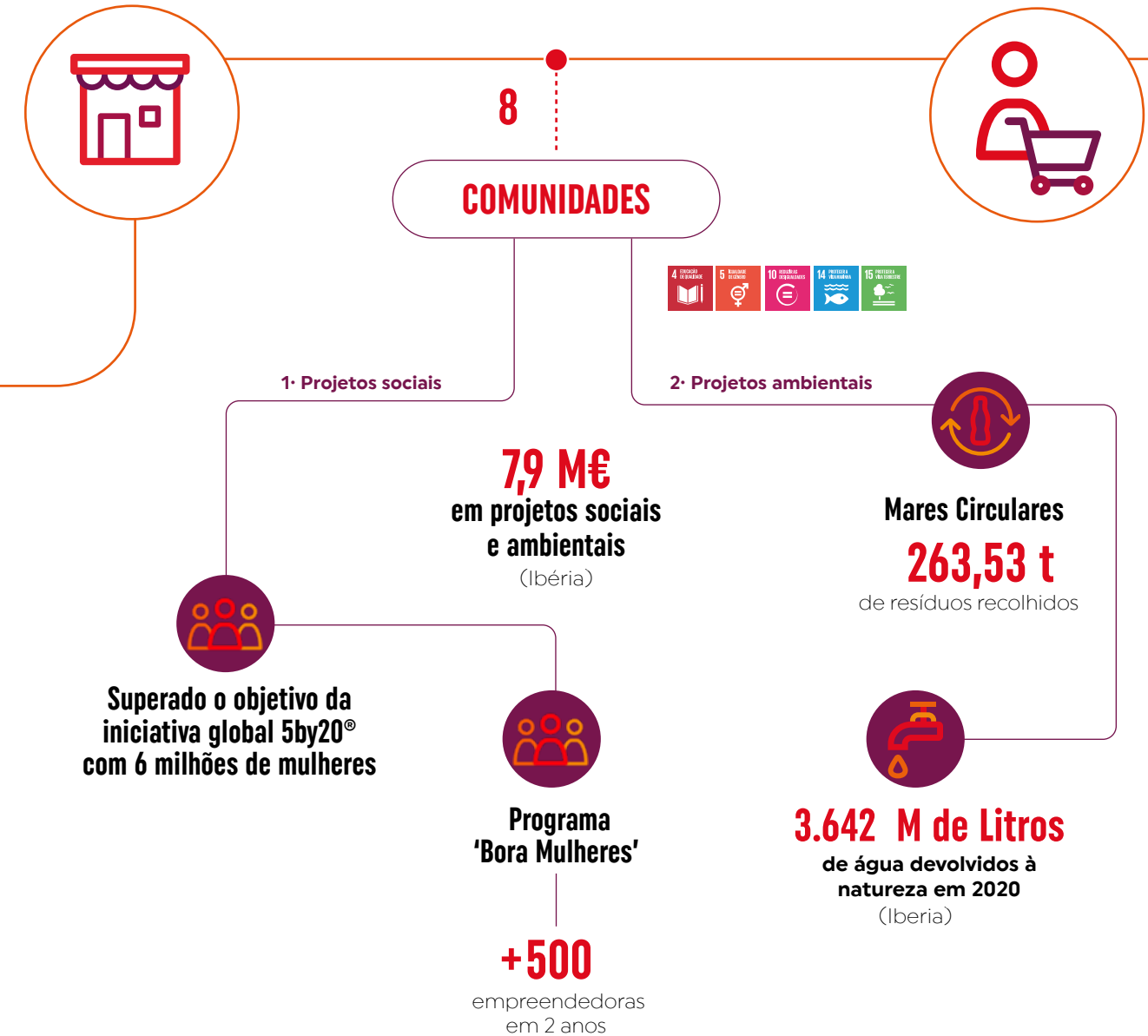
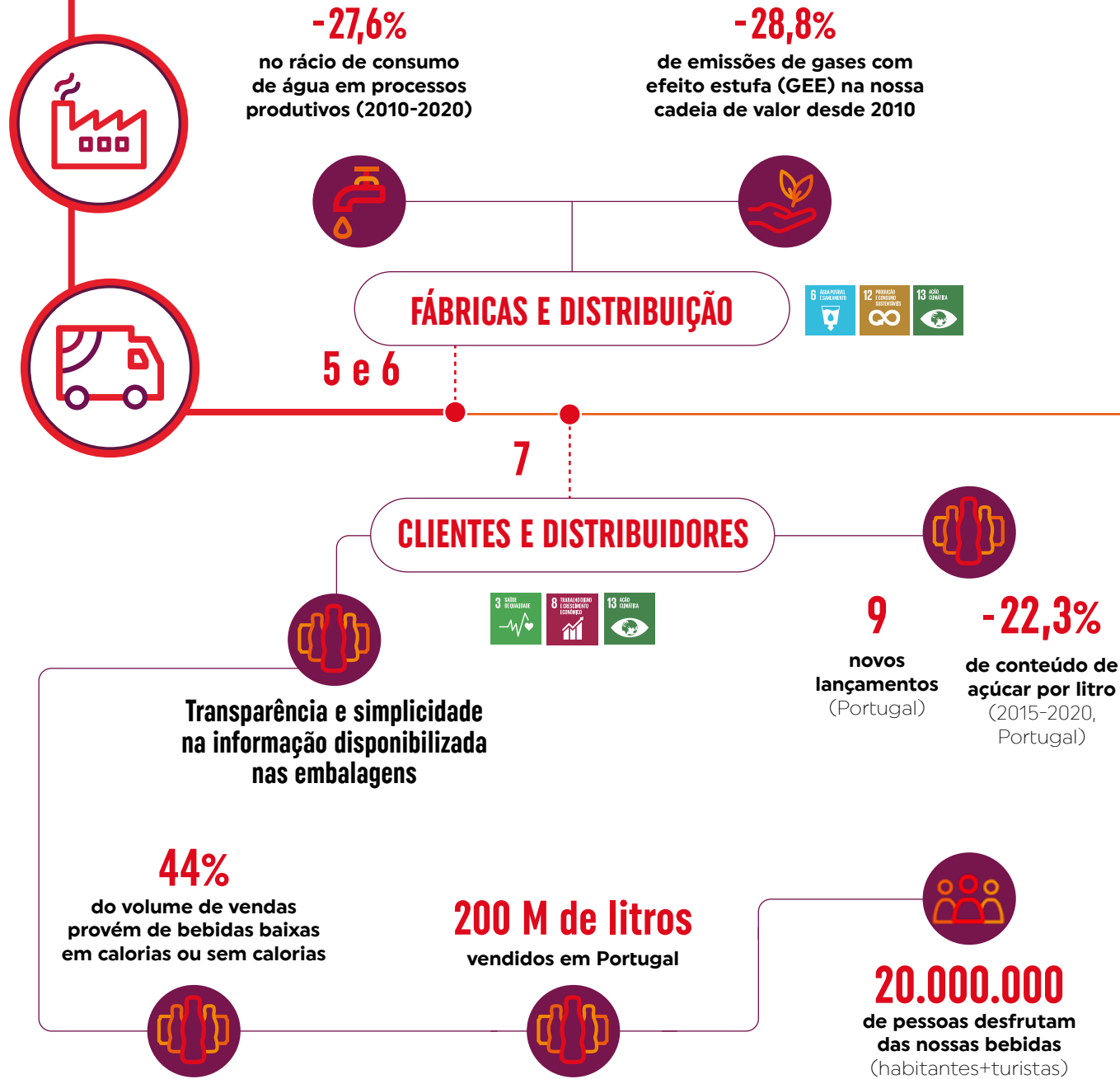


RECURSOS



**100%** da eletricidade que adquirimos tem origem em fontes renováveis





# Avançamos rumo à sustentabilidade com os nossos parceiros

As parcerias e colaborações estratégicas permitem-nos dar resposta aos requisitos dos nossos stakeholders e avançar com o nosso modelo de negócio.

Em Portugal, colaboramos com várias entidades, instituições e cidadãos em diferentes projetos de impacto social e ambiental.

## Durante o ano de 2020 colaboramos, entre outras, com:

Associação Académica Da Universidade Da Madeira • Associação Baía De Setúbal • Associação Chelonia • Associação Coração Amarelo • Associação Madeira Desporto Para Todos • Associação Natureza Portugal (ANP|WWF) • Associação Vertidos Cero • Banco Alimentar • Casa – Centro Apoio Sem Abrigo • Comité Olímpico De Portugal • Corações Com Coroa • Cruz Vermelha • Dir. Regional Desporto Da Madeira • Embaixada dos Estados Unidos da América • Impact Hub Lisboa • Liga Para A Proteção Da Natureza (LPN) • Observatório Do Mar Dos Açores (OMA) • Ocean Alive • Serviço Regional De Proteção Civil Madeira.

### Setor da alimentação e das bebidas:

Associação Portuguesa de Bebidas Refrescantes não Alcoólicas (PROBEB) • Federação das Indústrias Portuguesas Agroalimentares (FIPA).

### Associações empresariais

AHRESP - Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal. • Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN). • Câmara de Comércio Luso-Espanhola • EMBOPAR - Embalagens de Portugal • GS1 Portugal • Sociedade Ponto Verde • Smart Waste Portugal / Pacto Português para os Plásticos • USSC Group



3 SAÍDA DE QUALIDADE



AVANÇAMOS

# BEBIDAS: AVANÇAMOS na nossa oferta

## Uma oferta que se adapta aos estilos de vida do consumidor

A nossa oferta de bebidas progride a cada ano que passa com novas variedades de modo a responder às necessidades atuais dos consumidores. Adaptamo-nos às tendências que promovem estilos de vida saudáveis.

O nosso objetivo é colocar no mercado bebidas que correspondam às expectativas dos consumidores, de tal forma que possam encontrar a bebida que melhor se adapte ao seu estilo de vida.

- Inovamos para introduzir novos ingredientes e sabores.
- Temos novos formatos de embalagem e variedade de tamanhos.
- Oferecemos alternativas baixas em calorias ou sem calorias.

## Mais variedade

A partir da Coca-Cola Europacific Partners Portugal continuamos a alargar a oferta de bebidas para que cada pessoa possa fazer a melhor escolha, adaptada aos seus gostos e necessidades em cada momento e ocasião.



15  
MARCAS  
NO TOTAL\*

\*Inclui todas as marcas que a Coca-Cola Europacific Partners comercializa e distribui em Portugal.

## AVANÇAMOS para oferecer mais variedade

En 2020 lançámos 9 novidades<sup>1</sup>, 7 das quais sem açúcar.

Coca-Cola ZERO Cereja



Coca-Cola ZERO Limão



Coca-Cola ENERGY sem Açúcar



Coca-Cola ENERGY



Fanta<sup>2</sup>

Fanta Framboesa sem Açúcar



Fanta Melancia sem Açúcar



Fanta Limão sem Açúcar



Monster Pacific Punch



Monster Ultra Paradise



<sup>1</sup>Inclui todas as marcas que a Coca-Cola Europacific Partners comercializa e distribui em Portugal.

<sup>2</sup>Sem açúcares adicionados, com açúcares naturalmente presentes no sumo de fruta.

## Menos açúcar

Apoiamos as recomendações da OMS para limitar a ingestão diária de açúcares de forma a combater a obesidade e promover um consumo equilibrado e informado.

Queremos ajudar o consumidor a não exceder a ingestão de mais de 10% de calorias provenientes de açúcares livres por dia (adição de açúcar, xaropes, mel, e sumos de fruta de acordo com a OMS).

Assumimos o compromisso de reduzir a quantidade de açúcar na nossa oferta de bebidas e aumentar as vendas provenientes de bebidas baixas em calorias ou sem calorias. Em 2020 conseguimos superar os objetivos de redução de açúcar por litro na totalidade das nossas bebidas:

Desde 2015 conseguimos reduzir em 22,3% a quantidade de açúcar por litro no total de vendas.

Oferecemos uma alternativa sem adição de açúcar ou sem calorias em todas as nossas marcas.

44% das bebidas vendidas pela Coca-Cola em Portugal são baixas em calorias ou sem calorias.

## Melhorámos a composição de mais 3 produtos

Desde 2010 já alterámos a receita de 17 produtos para reduzir a sua quantidade de açúcar.

Em 2020, reforçámos todos os produtos Aquarius para que se convertam em fonte de Zinco. Toda a gama Aquarius é "Bebida refrescante funcional com sais minerais", além de ser baixa em calorias ou sem calorias. Contém 0,8 mg/100ml de Zinco, que representa 8% do valor de referência deste nutriente.

Aquarius, Aquarius Laranja e Aquarius Zero Laranja.

Fonte de Zinco



3 receitas melhoradas

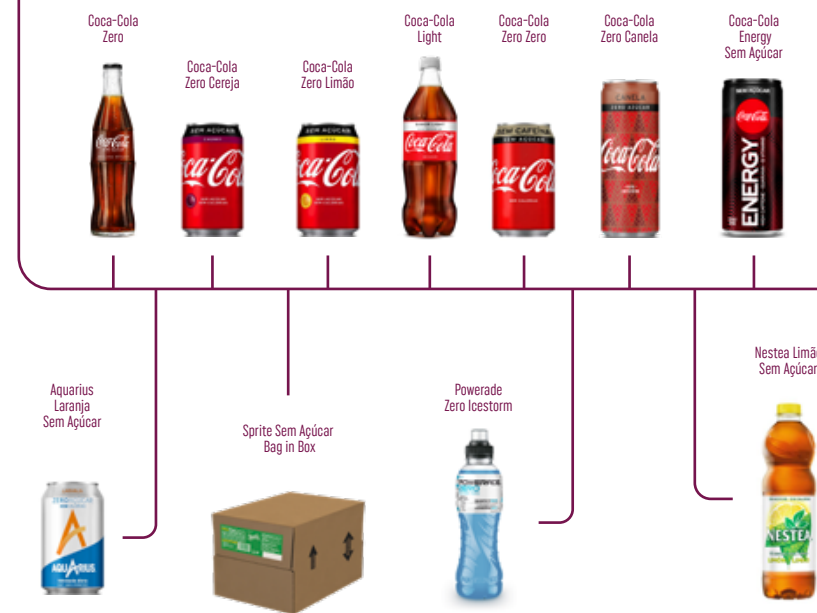


## BEBIDAS SEM AÇÚCAR E SEM AÇÚCARES ADICIONADOS INCLUINDO MARCAS DE ÁGUA

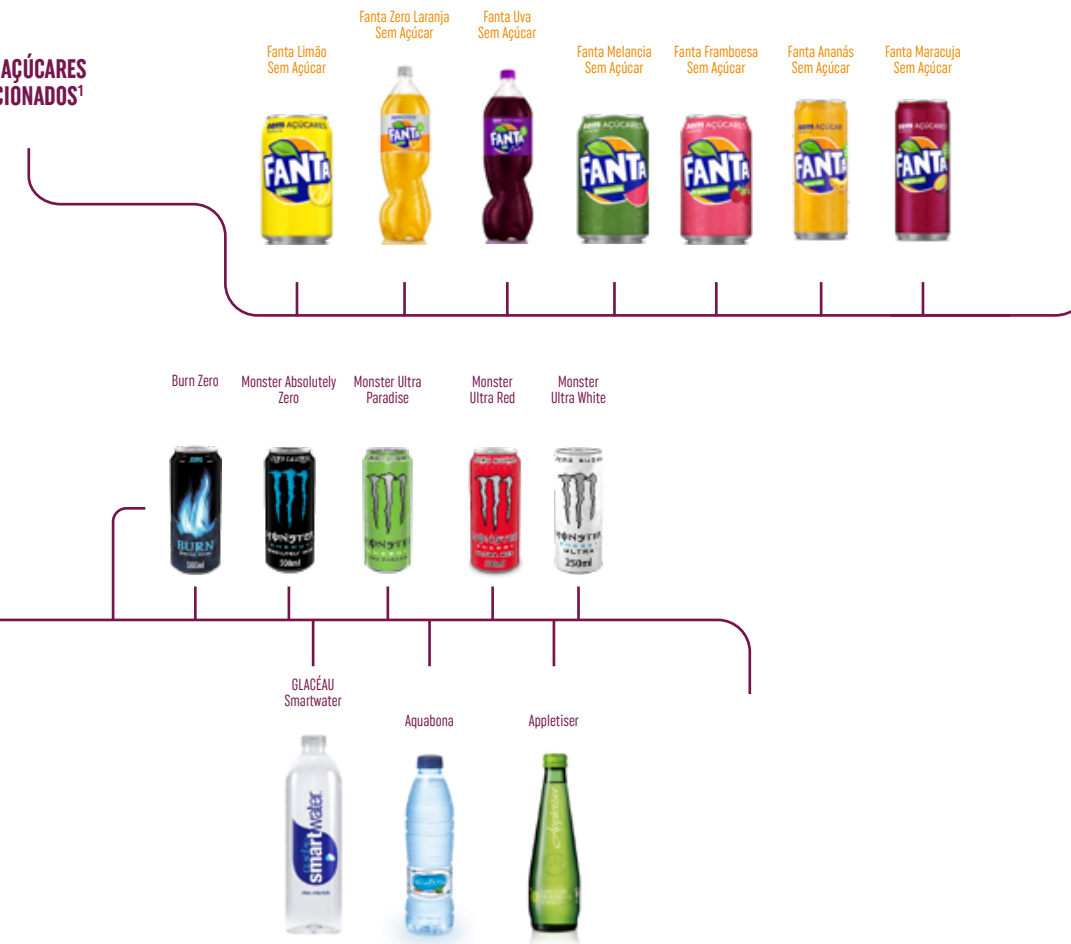
Toda a gama Fanta, Nestea, Aquarius e Sprite é zero por cento de açúcares adicionados, sem açúcar ou baixa em calorias.

Reduzimos em 30% o conteúdo de açúcar em toda a gama Powerade. Esta bebida contém a quantidade mínima de açúcar possível, sendo um produto concebido para hidratar e melhorar a resistência física no desporto.

### SEM AÇÚCARES



### SEM AÇÚCARES ADICIONADOS<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Sem açúcares adicionados. Com os açúcares naturalmente presentes no sumo de fruta.

## Mais e melhor informação

Apostamos numa rotulagem clara, transparente e de fácil acesso, para que os consumidores tomem decisões informadas.

### Etiquetagem

100% das nossas embalagens fornecem voluntariamente informação nutricional no rótulo.

Incorporamos de forma visual informações de doses.

Expandimos a quantidade de informação nas embalagens de dimensões mais reduzidas.

### Publicidade responsável

Promovemos a diversidade na nossa publicidade. A nossa campanha "Meals" é o reflexo do nosso compromisso com a promoção da convivência entre pessoas de todas as profissões e classes sociais, não importando a sua origem.

Não publicitamos os nossos produtos para menores de 12 anos e, adicionalmente, não publicitamos bebidas com açúcar a menores de 16 anos em Portugal.



### Promoção da oferta sem açúcar

Recorremos às campanhas de lançamento e promoção das nossas marcas para dar visibilidade a alternativas baixas em calorias ou sem calorias.

## BEBIDAS: AVANÇAMOS para oferecer mais variedade

### OBJETIVO

2020

Vamos reduzir o açúcar nas nossas bebidas refrescantes em cerca de 10% entre 2015 e 2020.

➤ Alcançamos o valor de **22,3%** na diminuição da quantidade de açúcar por litro entre 2015 - 2020.

Ambicionamos a que pelo menos 50% das nossas vendas provenha de bebidas com baixo teor em calorias ou sem calorias.

➤ **44%** do volume de vendas em Portugal provém de bebidas baixas em calorias ou sem calorias.

Vamos continuar a melhorar de forma contínua as nossas receitas e a aumentar o nosso portefólio para disponibilizar uma maior variedade de bebidas.

➤ Lançámos **9 novidades** em 2020, 7 das quais sem açúcar.

Vamos ajudar os consumidores a reduzir a ingestão de açúcar proporcionando informação clara e simples, e alargando a oferta de embalagens de menor dimensão.

➤ Fornecemos informações claras e simples em cada uma das nossas embalagens, incorporando inclusive informações de dose em embalagens multidoso.

Vamos manter a nossa política de não publicitar os nossos produtos a menores de 12 anos de idade e vamos desenvolver as nossas campanhas publicitárias de acordo com as expectativas dos nossos públicos.

➤ Não publicitamos os nossos produtos para menores de 12 anos e, adicionalmente, não publicitamos bebidas com açúcar a menores de 16 anos em Portugal.



É fundamental que as embalagens sejam concebidas para terem o mínimo impacto ambiental em todo o seu ciclo de vida, desde a extração das matérias-primas até à reciclagem, reutilização ou eliminação.

## EMBALAGENS: AVANÇAMOS para uma economia circular



Damos prioridade à inovação e ao eco design para disponibilizar embalagens mais sustentáveis e trabalhamos com a convicção de que a embalagem é parte essencial da experiência de consumo e tem um papel fundamental: proteger os alimentos para que cheguem aos consumidores de forma segura e cómoda.

Trabalhamos para reduzir os impactos negativos sobre o planeta através de ações como o investimento em novos desenvolvimentos através do nosso centro de I&D em Bruxelas, da colaboração com diferentes start-ups e do desenvolvimento de novos projetos.

Apostamos num modelo de negócio que visa proteger o planeta e avançar rumo ao crescimento sustentável. A nossa estratégia, "Avançamos", reflete o nosso compromisso em alcançar a neutralidade carbónica em 2040 e fomentar a economia circular tomando medidas relativamente às nossas embalagens.



## Abrindo caminho para uma economia circular

Temos uma estratégia global de alcançar "Um Mundo sem Resíduos". Neste sentido, estabelecemos as seguintes metas globais para 2030:

- Recolher e reciclar o equivalente a 100% das embalagens comercializadas.
- Que 100% das nossas embalagens sejam recicláveis.
- Que 50% do plástico utilizado seja proveniente de reciclado.

Os compromissos deste plano foram adotados na Europa através da estratégia "Avançamos", em que estabelecemos o seguinte:

- Para 2023, pelo menos 50% do material utilizado nas nossas embalagens PET deverá ser proveniente de plástico reciclado (2022 no caso de Portugal).
- Para 2025, recolher o equivalente a todas as embalagens que colocamos no mercado.
- Na Europa, assumimos o compromisso de publicar anualmente a pegada ambiental para cada tipo de embalagem.

Apostamos na transformação através da inovação que nos direciona para a economia circular.

## Atuamos nas nossas embalagens

**Apostamos na inovação, investindo continuamente na eco inovação, e colaboramos com empresas pioneiras para alcançar mais e melhores resultados.**

### Garrafa de Papel

Em outubro de 2020, lançámos em parceria com a start-up "PaBoCo" (The Paper Bottle Company), o primeiro protótipo de uma garrafa de papel, um material renovável, facilmente reciclável e biodegradável.



### Plant Bottle

Incorporamos PET fabricado com bioplástico (PET de origem vegetal proveniente de cana-de-açúcar) para reduzir o uso de matérias-primas de fontes não renováveis. Há mais de 10 anos fomos os primeiros a incorporar este material.



### Investir no futuro é inovar no presente.

Trabalhamos para reduzir o peso das nossas embalagens e a utilização de matérias-primas no processo de produção, especialmente plásticos desnecessários, difíceis de reciclar ou provenientes de fontes não renováveis. Através da otimização e melhoria do design das nossas embalagens conseguimos reduzir o peso e aumentar a percentagem de material reciclado na sua composição.



**A Nosoplas está fortemente comprometida com a sustentabilidade e a economia circular. Há anos que apostamos e investimos nas melhores tecnologias para fabricar um rPET com o máximo nível de qualidade e a máxima garantia de segurança alimentar. Prevemos encerrar o ano de 2021 com um aumento de 290% na capacidade produtiva de rPET. Este grande esforço irá dar o impulso para a recolha e reciclagem de garrafas de plástico e irá assegurar o fornecimento de material reciclado à Coca-Cola para que esta possa alcançar os seus objetivos.**



**Almudena Nieto Martínez, Responsável pelas Certificações da NOSOPLAS (fornecedor de pré-formas PET)**

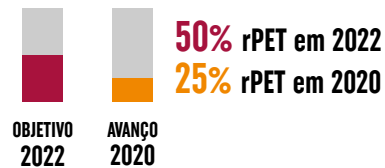


## Objetivo zero (plástico de origem não renovável)

Eliminamos o plástico virgem dos nossos produtos, aumentando a percentagem de plástico reciclado para alcançar um sistema totalmente circular que não utilize matéria-prima virgem. Ao reduzir e eliminar a utilização de plástico virgem nas nossas embalagens contribuimos para alcançar o nosso objetivo de redução de emissões de gases com efeito de estufa (GEE).

Estamos a trabalhar para eliminar o uso de cores escuras e de garrafas opacas para melhorar a reciclagem e promover a reutilização de embalagens que já tenham sido produzidas.

- Em 2022, pelo menos 50% do material utilizado nas nossas embalagens PET será plástico reciclado. Queremos alcançar o objetivo de utilizar zero plástico virgem de origem fóssil na próxima década.



- 99,2 % das nossas embalagens são recicláveis.

## REDUZIMOS, REUTILIZAMOS E RECUPERAMOS

Abordamos a gestão sustentável das nossas embalagens a partir de três abordagens principais:



Pellets de PET provenientes de garrafas.

## REDUZIMOS

Eliminamos o plástico desnecessário ou difícil de reciclar.

Diminuição de embalagens.

As nossas latas são já 60% mais leves do que há 30 anos.

12 milhões de euros investidos na adaptação das nossas unidades de produção de modo a diminuir as nossas embalagens de alumínio, PET e vidro<sup>4</sup>:

### Alumínio

- A utilização de alumínio em vez de aço e a redução das embalagens até 9,3 gr. **permitirá uma poupança de mais de 20.000 tn de matéria-prima na Iberia.**
- Nas latas de 500 ml, passámos de 13 gr. para 12 gr. e **poupámos 119 tn de matéria-prima na Iberia<sup>4</sup>.**

### PET

- Diminuimos as garrafas de PET de 500 ml, 1 litro e 1,25 litros, representando uma poupança anual de plástico de quase 1.200 tn. **O peso da garrafa de plástico de 2 litros diminuiu 35% desde 2010.**

### Vidro

- Reduzimos a espessura das nossas embalagens de vidro de 200 ml**, conseguindo uma poupança anual de mais de 620 tn de vidro.

As nossas latas e garrafas são agora mais leves, feitas com material reciclado.

<sup>4</sup>Dados ibéricos: Espanha e Portugal.



## Pack Minican de Cartão

Em Portugal, o plástico de embalagem retrátil em latas de 150ml foi substituído por cartão 100% reciclável, de origem sustentável, com certificação FSC (Forest Stewardship Council). Como parte do processo de mudança de latas multipack para embalagens de cartão, os parceiros europeus da Coca-Cola realizaram um extenso trabalho de I&D para identificar o formato apropriado de embalagem de cartão para cada tamanho de multipack. O objectivo a longo prazo é tornar sustentáveis todas as embalagens secundárias na nossa cadeia de fornecimento, trabalhando com os nossos fornecedores em soluções técnicas inovadoras.

## Material reciclado como matéria-prima

Acelerámos o desenvolvimento de novas tecnologias através do **"Sustainable Packaging Innovation Hub"**, com soluções para embalagens sustentáveis e formas de eliminar os resíduos de embalagens de modo a reduzir a nossa pegada ambiental.



A partir da CCEP, apoiamos e investimos no projeto "Cure Technology", uma empresa emergente que se especializa em dar uma nova utilização a resíduos plásticos difíceis de reciclar, evitando que acabem em aterros.

Esta start-up desenvolveu um sistema inovador de reciclagem por despolimerização que permite transformar o PET degradado em novas embalagens para uso alimentar. A implementação desta tecnologia contribuirá para a eliminação do PET virgem de origem fóssil das nossas embalagens durante a próxima década, permitindo ainda **acabar com a utilização de mais de 200.000 toneladas de PET virgem por ano em todo o nosso portefólio e gerar menos emissões de CO<sub>2</sub>**.

Em 2019, em parceria com a "Ioniqa Technologies", foi criada **a primeira garrafa a partir de resíduos marinhos**, recolhidos através da nossa participação no projeto Mares Circulares em Portugal e Espanha. Em 2020 continuamos a trabalhar para aumentar a percentagem de material reciclado nesta embalagem inovadora.

As garrafas são um exemplo de como as técnicas inovadoras de reciclagem tornam possível a conversão de um plástico PET muito degradado em matéria-prima de alta qualidade. A técnica de reciclagem utilizada para o fabrico destas garrafas tem por base a despolimerização, um processo químico que permite decompor e melhorar o plástico PET de baixa qualidade, removendo as suas impurezas e convertendo-o novamente em plástico PET adequado para uso alimentar. Deste modo, os plásticos muito degradados, assim como os que não são transparentes, podem ser reciclados e convertidos novamente em garrafas.

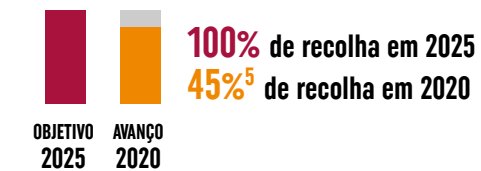
## RECUPERAMOS

### Recolher uma embalagem por cada embalagem vendida.

Ao garantir que as nossas embalagens são recicláveis, podemos recuperá-las para devolvê-las à linha de produção e encerrar o ciclo rumo a uma economia circular.

**Atualmente, as nossas garrafas de plástico são compostas por 24,7% de material reciclado. Em 2017 atingia os 14,3%, e o nosso objetivo é elevar esta percentagem a 50% até 2022.**

Por cada garrafa ou lata vendida, pretendemos recolher e reciclar uma embalagem. Usamos menos matérias-primas e reduzimos as emissões através da sua recolha e reciclagem.



Para 2025 propusemo-nos a recuperar o equivalente a 100% das embalagens que colocamos no mercado através de iniciativas que impliquem a colaboração de toda a sociedade. Pretendemos promover junto dos parceiros locais e nacionais campanhas de sensibilização dirigidas a diferentes grupos de interesse.

### Tampas "Por favor recicla-me"

Alargámos a mensagem "Por favor, recicla-me" existente em todas as tampas das nossas garrafas PET da marca Coca-Cola ao restante portefólio para apelar diretamente ao consumidor.

### MARES CIRCULARES:

Um dos nossos projetos mais ambiciosos, que tem como um dos seus objetivos promover a recolha de resíduos nas costas e fundos marinhos, atingiu **263,56 toneladas (3,65 das quais PET) no ano de 2020, com a colaboração de 188 voluntários e mais de 100 organismos e instituições**, durante a edição de 2020.

**Recorremos ao impacto das nossas marcas para sensibilizar e criar uma cultura de reciclagem.**

## Sistema de Depósito e Reembolso

Queremos também liderar, juntamente com a indústria, os retalhistas e as entidades governamentais, o **processo de implementação do Sistema de Depósito e Reembolso previsto para 2022**. Segundo os modelos nórdicos, o SDR poderá contribuir para uma taxa de recuperação de 90% das embalagens.

<sup>5</sup>45% corresponde à taxa de reciclagem de plásticos em Portugal, não havendo dados específicos de plástico PET.

### Projeto-piloto "Do Velho se Faz Novo"

O projeto-piloto para a devolução de garrafas de bebidas em plástico PET não reutilizáveis tem como objetivo promover a adoção de comportamentos sustentáveis, para que o material recolhido seja reciclado e incorporado como matéria-prima na produção de novas garrafas de bebidas. Fecha-se o ciclo deste material, contribuindo para uma economia mais circular.

O projeto abrange um conjunto de 23 máquinas de recolha automática instaladas em grandes superfícies comerciais, localizadas em Portugal Continental.

Nestes locais os consumidores podem fazer a entrega de garrafas de bebidas em plástico PET usadas. Em 2020 conseguiram-se recuperar mais de 11 milhões de embalagens, retribuindo um valor de cerca de 450.000€ aos consumidores em incentivos.

**Com uma média diária de mais de 38.000 garrafas o programa superou os seus objectivos com 285 toneladas de PET de excelente qualidade a ser reciclado.**

Este é um projeto inovador que introduz, pela primeira vez em diversos pontos de Portugal Continental, um sistema de recolha de embalagens de bebidas em plástico que promove a adoção de comportamentos sustentáveis e o desenvolvimento de uma economia mais circular.

Trata-se também de um projeto que vem preparar a implementação do futuro sistema de depósito de embalagens de bebidas em plástico, vidro, metais ferrosos e alumínio.

O projeto-piloto é gerido por um consórcio composto pela Associação Portuguesa das Bebidas Refrescantes Não Alcoólicas (PROBEB), Associação Águas Minerais e de Nascente de Portugal (APIAM) e Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED).

O projeto-piloto é promovido pelo Ministério do Ambiente e da Ação Climática e financiado pelo Fundo Ambiental.

Pode saber mais em <https://dovelhosefaznovo.pt>

### Projeto "Bebidas + Circulares"

Lançado a 27 de novembro de 2020, o Projeto "Bebidas+Circulares" permite recolher mais experiências e aprendizagens para o futuro Sistema de Depósito e Reembolso (SDR) e tornar ainda mais fácil e acessível encaminhar embalagens de bebidas para reciclagem, no concelho de Lisboa.

O projeto "Bebidas+Circulares" é gerido por um consórcio constituído pela Associação Portuguesa das Bebidas Refrescantes Não Alcoólicas (PROBEB), presidida pela CCEP, pela Associação Águas Minerais e de Nascente de Portugal (APIAM) e pela Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED). E conta ainda com uma importante parceria com a Câmara Municipal de Lisboa, no âmbito da iniciativa "Lisboa Capital Verde Europeia".

Assim, além do projeto-piloto que se encontra em curso no território nacional, Lisboa passava aí a contar com mais 11 máquinas de devolução automática, localizadas em superfícies comerciais e no Mercado Municipal de Benfica.



Em relação ao projeto-piloto em curso, este projeto apresenta importantes especificidades que permitirão:

- Testar equipamentos preparados para receber embalagens de bebidas em plástico PET e latas de metal, com três destas máquinas a aceitarem também garrafas de vidro.
- Aumentar a representatividade da amostra e permitir uma melhor monitorização do comportamento dos consumidores ao concentrar a iniciativa em Lisboa, um município de elevada densidade populacional.
- Testar a eficácia dos locais de recolha de diferentes dimensões e formatos.

Os cidadãos depositam nas máquinas as embalagens aceites (garrafas de bebidas em plástico, do tipo PET e latas de metal e, nas máquinas identificadas, garrafas de vidro, não reutilizáveis, de águas, sumos, refrigerantes ou bebidas alcoólicas) e recebem um talão no valor total correspondente às embalagens devolvidas, de dois cêntimos por cada garrafa entre 0,1 e 0,5 litros, e cinco cêntimos por cada garrafa acima de 0,5 e até 2 litros.

Este projeto representa um investimento de perto de um milhão de euros, sendo o financiamento de 90% por parte do Programa "Ambiente, Alterações Climáticas e Economia de Baixo Carbono", criado na sequência da assinatura de um acordo entre Portugal, a Noruega, a Islândia e o Liechtenstein, o EEA Grants.

Pode saber mais em [www.bebidascirculares.pt](http://www.bebidascirculares.pt).

**Cerca de 21% das embalagens produzidas em Portugal são reutilizáveis ou em sistema de dispensing.**

## REUTILIZAMOS

### Reencher e Reutilizar

Os nossos clientes do canal Horeca (Hotelaria e Restauração) são convidados a utilizar as embalagens de vidro reutilizável e retornável, que representa mais de 90% do vidro que colocamos no mercado.

Recolhemos as garrafas de vidro utilizadas em bares, cafés, restaurantes e hotéis, entregamo-las às nossas unidades de embalagem para serem lavadas e inspecionadas com sensores que detetam os defeitos de modo a separar as que podem ser reutilizadas. As garrafas reutilizáveis são reenchedas, rotuladas e novamente distribuídas em Portugal.

Uma garrafa de vidro pode ser reutilizada cerca de 25 vezes em média antes de finalizar a sua vida útil, sendo posteriormente reciclada, com vista a um novo uso, e convertida em outro objeto de vidro.

### Sem embalagem

O sistema dispensador "Bag-in-Box" promove o consumo em copos ou em embalagens reutilizáveis.

Através da venda de produto concentrado aos clientes, onde a mistura com água e CO<sub>2</sub> é efectuada no ponto de venda, é possível minimizar o impacto da pegada de carbono das embalagens. Uma embalagem de 20L de concentrado pode evitar a produção de quase 400 embalagens de consumo individual.

### III Edição do Concurso Mares Circulares – Participação ativa da comunidade científica:

Contou com a participação de 17 estudos científicos e 13 start-ups, abordando temáticas alinhadas com os objetivos europeus atuais de transição verde e economia circular.

Foram premiados três estudos científicos e uma start-up, que receberam apoio para desenvolver os seus projetos:

- Start-up: FYCH, start-up de base tecnológica dedicada ao desenvolvimento e comercialização de uma nova tecnologia para reciclar embalagens multicamadas.
- Estudos científicos:
  - Valorização de macroalgas inteiras e residuais a bioplásticos sustentáveis e ingredientes proteicos sustentáveis, para aplicação em alimentação aquática pela Associação para a Investigação e Desenvolvimento do Instituto Superior Técnico de Lisboa.
  - Projeto “Plumbum”, dirigido por uma equipa da Associação Hippocampus.
  - Valorização energética de microplásticos em hotspots da Macaronésia (VALORIZAMAC).

## MARES CIRCULARES

O nosso projeto Mares Circulares é reflexo do compromisso que temos com a proteção do meio ambiente, os recursos naturais, os ecossistemas e a biodiversidade. Através deste projeto apoiamos a recolha de resíduos nas praias, ecossistemas protegidos e fundos marinhos. Pretendemos também sensibilizar os cidadãos para a importância da reciclagem e apoiamos anualmente três estudos científicos e uma iniciativa empresarial que apresente soluções para o problema da contaminação marinha.

O projeto Intervenções tem por base 3 pilares:

1. Intervenções em ambientes aquáticos e monitorização.
2. Voluntariado e sensibilização.
3. Promoção de uma economia circular a partir de projetos científicos de investigação e apadrinhamento de start-ups.



1

### Intervenções em ambientes aquáticos e monitorização

Este ano, na sequência da declaração de Estado de Emergência devido à COVID-19, as atividades presenciais de intervenções de praias e ambientes aquáticos, assim como as intervenções em Reservas Marinhas e outros espaços protegidos, ficaram suspensas. Focámos o nosso trabalho na monitorização das praias e de ambientes aquáticos que integram a Base de Dados científica do projeto.

Por sua vez, os barcos de pesca continuaram o seu trabalho, conseguindo a participação de **15 portos e 104 barcos de pesca**.

2

### Voluntariado e sensibilização

De modo a continuar com as formações dirigidas a escolas e cidadãos, tendo em conta a declaração do Estado de Emergência, os profissionais da Liga para a Proteção da Natureza e da Associação Chelonia continuaram as atividades em formato digital, tendo formado um total de 6.227 pessoas em Portugal e Espanha.

3

### Promover a economia circular a partir de projetos científicos de investigação e apadrinhamento de start-ups

Em 2020 realizámos os testes para o protótipo do robot “Clean-Dock” para limpeza de microplásticos nos portos. Este robot foi concebido pela start-up asturiana Semillas del Cantábrico, com quem temos colaborado para alcançar um modelo de economia circular através da limpeza, sensibilização, investigação e desenvolvimento tecnológico.



Barcos voluntários do projeto Mares Circulares

## Inovação: outras colaborações PET do Mares Circulares

Tendo em vista a aposta na economia circular, o PET recolhido no âmbito do projeto Mares Circulares é separado e avaliado para ser reincorporado na cadeia de valor da Coca-Cola. Neste sentido, em 2020 o PET recolhido foi direcionado para a IONIQ, tendo em vista a criação de um protótipo de garrafa com PET recolhido nos mares e reciclado.



6.011

pessoas formadas e sensibilizadas



15

portos envolvidos



104

barcos de pesca participantes



6

municípios formados



102

ONGs, organismos e entidades envolvidas



3

estudos científicos



1

start-up



263,53 t

de resíduos recolhidos



3,65 t

de PET recolhido



25,63

hectáres de costa



174

pontos de monitorização



2

praias e ambientes aquáticos



188

voluntários nas praias e reservas marinhas



1

reserva marinha e outras áreas protegidas

## AVANÇAMOS para uma economia circular

### OBJETIVO

2020

Queremos assegurar que 100% das nossas embalagens continuem a ser recicláveis ou reutilizáveis.



**99,2%** das nossas embalagens são recicláveis.

Vamos colaborar com os parceiros locais e nacionais para conseguir recolher 100% de todas as nossas embalagens.



Promovemos o Mares Circulares, que nos permitiu recolher **3,6 tn.** de embalagens PET em 2020.

Vamos trabalhar para que, pelo menos, 50% do material que utilizamos nas embalagens PET provenha de plástico reciclado.



As nossas garrafas são compostas por **24,7%** de PET reciclado.

Vamos utilizar a notoriedade das nossas marcas para gerar consciência e cultura de reciclagem junto dos nossos stakeholders.



Alargamos a mensagem "Por favor, recicla-me" de todas as tampas das nossas garrafas PET da marca Coca-Cola ao restante portefólio, para apelar diretamente ao consumidor.





# SOCIEDADE: AVANÇAMOS com a comunidade

Hoje, mais do que nunca, trabalhamos para proteger a nossa equipa e oferecer um ambiente inclusivo que contribua para o seu desenvolvimento e para o impacto positivo da sociedade.

## Somos a nossa equipa

A equipa da Coca-Cola na divisão ibérica é formada por duas empresas distintas. Por um lado, os colaboradores da Coca-Cola Iberia, e, por outro, os colaboradores que formam a equipa da Coca-Cola Europacific Partners.

Num ano tão agitado e difícil como 2020, ambas as equipas deram provas do seu forte compromisso. Graças a elas foi possível adaptar as nossas atividades a um contexto de incerteza sem precedentes e assegurar a continuidade das nossas operações.

A Coca-Cola tem feito de tudo para simplificar o esforço dos seus colaboradores, dando prioridade à sua segurança e bem-estar, tentando sempre promover os pilares que servem de base às estratégias para gestão de pessoas, como a igualdade, a gestão da diversidade, a inclusão ou a formação.





Esforçamo-nos por manter um ambiente de trabalho seguro, diversificado e inclusivo, e oferecemos oportunidades de formação e desenvolvimento integral. Desde o início da pandemia, assumimos o compromisso de apoiar os nossos colaboradores para minimizar as consequências desta crise e liderar a procura de soluções inovadoras:

✓ O teletrabalho chegou para ficar nos postos de trabalho e funções que assim o permitem.

✓ A comunicação interna foi essencial para nos mantermos unidos e operacionais.

✓ Oferecemos apoio local partilhando as melhores práticas globais.

✓ Incorporámos novas rotinas para substituir o contacto físico que tínhamos diariamente nas nossas instalações.

✓ Criámos espaços e atividades para promover o bem-estar.



**126 colaboradores**  
77 mulheres | 49 homens

**98% dos colaboradores têm contrato sem termo**

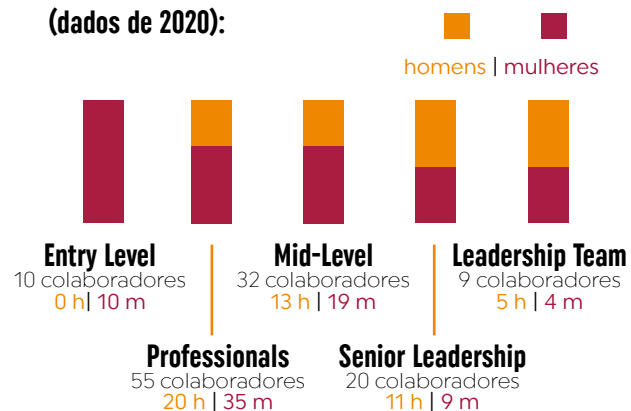
A antiguidade média da empresa é de

**14,26**

anos por colaborador

(Sendo de 14,98 anos para os homens e 13,53 para as mulheres)

Distribuição dos colaboradores por categoria profissional (dados de 2020):



## Formação e Desenvolvimento

Formamos os nossos colaboradores para que possam crescer profissionalmente.

**7,9 h**

**7,9 horas de formação por colaborador. (994 horas de formação no total, das quais 80 correspondem a formação relacionada com os Direitos Humanos)**

## Desenvolvimento profissional e projeto de carreira

Promovemos um ambiente de trabalho em que cada colaborador tenha a oportunidade de desenvolver ao máximo as suas capacidades e competências através de planos de formação e desenvolvimento, trabalho em equipa, comunicação e diálogo aberto entre superiores e respetivas equipas ou programas de mentoring e feedback.

Através de ferramentas como o **LinkedIn Learning**, **eCornell** e **Spark** oferecemos cursos e soluções aos nossos colaboradores com foco nas competências pessoais, empresariais e tecnológicas.

Com os resultados da consulta trimestral Pulse Survey, lançada a nível global, colocámos em marcha o projeto "Feeling" com o objetivo de melhorar a experiência dos nossos colaboradores.

**Este projeto contou com uma participação voluntária de 60% da equipa nos grupos de trabalho sobre desenvolvimento de carreira e trabalho em equipa.**

## Saúde e Segurança

Trabalhamos para oferecer e manter um local de trabalho seguro, saudável e produtivo.

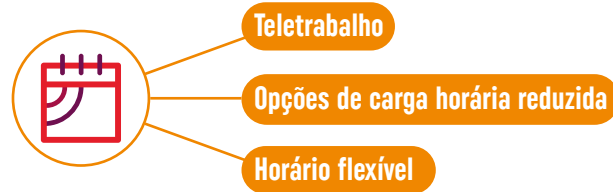
As nossas iniciativas visam **identificar e tratar os riscos de acidentes, lesões e impactos na saúde.**

Devido às novas medidas de teletrabalho, implementámos um canal de comunicação sobre "wellbeing" através do qual partilhamos com os nossos colaboradores música, receitas de culinária e vídeos sobre diversas áreas, para que nos possamos manter em forma.



**252 horas de formação sobre saúde e segurança**

## Provemos o equilíbrio pessoal e laboral



## Diversidade e Inclusão

### Promovemos um ambiente de trabalho diversificado, centrado nas pessoas e nos seus talentos.

Aproveitamos a riqueza da diversidade de pessoas em todo o mundo para alcançar o nosso propósito, criando uma força de trabalho diversificada e promovendo locais de trabalho inclusivos que fomentem a criatividade, inovação e ligação com as comunidades que servimos.

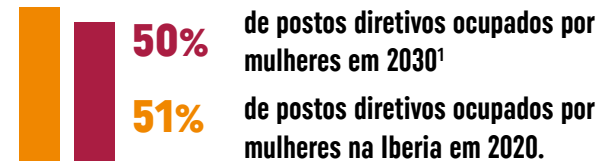
As nossas políticas sobre igualdade de oportunidades, luta contra o assédio e não discriminação fomentam a diversidade e inclusão.

## Empoderamos as mulheres

A nível global, contamos com diversas iniciativas para acompanhar as mulheres no seu desenvolvimento profissional.

**Global Women's Leadership Council:** conselho formado por 15 executivos, homens e mulheres, que prestam assessoria em questões de igualdade.

**Women in Leadership:** potenciamos o crescimento das mulheres dentro das nossas equipas para promover a sua promoção a cargos diretivos.



<sup>1</sup> O objetivo definido pelo programa "Avançamos" para a Europa Ocidental é de 40% em 2025

## Integramos pessoas com deficiência

Trabalhamos pela integração de pessoas com deficiência e pela promoção de uma cultura inclusiva entre os nossos colaboradores. Neste sentido, trabalhamos para avançar na integração de pessoas com deficiência na nossa equipa. Não obstante, as mudanças trazidas pela COVID-19 e o encerramento de diversas instalações obrigaram-nos a suspender algumas atividades do nosso plano de ação para a integração da deficiência. Continuámos a avançar nos pilares que não foram afetados pela pandemia, como a formação e o voluntariado corporativo.

## Comprometemo-nos com os jovens

Contamos com um programa de trainees que aposta no talento e na formação de recém-licenciados e de jovens que ainda estão a tirar a licenciatura ou a fazer mestrado.



Este ano contamos com a participação de 22 estagiários e estagiárias  
62% mulheres 38% homens

## Iniciativas para a diversidade

Em 2020, após os protestos do movimento **#BlackLives-Matter**, lançámos o programa "Stand As One" (SAO), que tem como objetivo trabalhar a justiça social a partir de programas de diálogo e escuta a todos os níveis corporativos, criando alianças com líderes, comunidades e peritos externos.

### Diretora-Geral

Em 2020 foi nomeada uma Diretora-Geral da Coca-Cola em Portugal, sendo a primeira vez que a Coca-Cola conta com uma líder de nacionalidade portuguesa.





**Coca-Cola**  
EUROPACIFIC  
PARTNERS



**377 colaboradores em Portugal**  
248 homens | 129 mulheres

**Apostamos em oferecer aos nossos colaboradores as melhores condições para que possam dar o seu melhor.**

Em 2020, um ano marcado pela COVID-19, o compromisso de todos os colaboradores, especialmente dos que estiveram em contacto direto com a cadeia de produção e com os clientes, foi fundamental para garantir a continuidade do nosso negócio. Este compromisso, aliado a uma grande infraestrutura tecnológica, permitiu a adaptação rápida a diferentes modelos de trabalho, através da flexibilidade e da resiliência.

"ME@CCEP" designa o conjunto de atividades, políticas e estratégias implementadas com o objetivo de apoiar os nossos colaboradores. O ME@CCEP está estruturado com base em seis dimensões chave - "6 being".

**A nossa estratégia de "wellbeing" tem por base o desenvolvimento do bem-estar e da segurança para todos os nossos colaboradores.**

- **Being well:** bem-estar e desenvolvimento no local de trabalho.
- **Being developed:** oportunidades de aprendizagem e capacitação permanente.
- **Being connected:** comunicação e interação promovendo o trabalho conjunto.
- **Being rewarded:** recompensa pelo esforço diário que contribui para o êxito.
- **Being inspired:** ser agente de mudança, quer para as pessoas, quer para o planeta.
- **Being valued:** conseguir que cada pessoa dê o seu melhor.



## Continuamos a trabalhar para melhorar

Todos os anos realizamos **inquéritos às nossas equipas para conhecer o seu dia-a-dia**, o que nos permite impulsionar novos projetos que deem resposta às principais expectativas dos nossos colaboradores.

Em 2020, mais de 2 500 pessoas responderam a este inquérito, cujos resultados evidenciaram um índice de bem-estar elevado.

## Being well: bem-estar e desenvolvimento

### Formação para o bem-estar

Em 2020, mais de 680 colaboradores de todas as áreas participaram nos programas de formação **Wellbeing Energy** e **Wellbeing Conversations**.

As atividades de ambos os programas tinham como finalidade proporcionar ferramentas de comunicação para facilitar o trabalho à distância. Estas iniciativas foram iniciadas num contexto atípico e terão continuidade em 2021.

Um ambiente seguro em que os nossos colaboradores se possam desenvolver a nível pessoal e profissional.



## Priorizamos a segurança

Durante 2020 adaptámos continuamente a nossa forma de trabalhar face às circunstâncias e procurámos manter as melhores condições para as nossas equipas. A nossa prioridade foi proteger a saúde dos nossos colaboradores e respetivas famílias.

Entre outras, reforçámos as medidas e equipas de segurança e oferecemos a opção de trabalhar remotamente nas funções que assim o permitirão. Além disso, oferecemos compensações económicas extraordinárias nas semanas mais desafiantes da pandemia a cada um dos colaboradores que continuaram a desenvolver as suas atividades de forma presencial, tanto nas fábricas, como nas áreas comerciais.

## Being connected: a trabalhar juntos

Durante o período crítico da COVID-19 (março-junho 2020) desenvolvemos o Programa de capacitação **"By your side"**, através do qual oferecemos acompanhamento aos nossos colaboradores para os inspirar, motivar e capacitar, com a intenção de nos mantermos unidos e sairmos fortalecidos da situação.



Lançámos **50 sessões** de coaching.

Oferecemos mais de **4.800 horas** de formação online.

Abordámos diferentes temas: **Saúde** (Workshops de Mindfulness, Yoga e Programação Neurolinguística). **Management** (Competências e liderança). **Formação** em tendências de negócio e ferramentas digitais.

Participámos na elaboração do **estudo de "Saúde e Bem-estar Diversidade Geracional COVID-19 no contexto laboral"** desenvolvido pelo Observatorio Generación & Talento.

## Diversidade e Inclusão

### A inclusão e a diversidade estão no coração da nossa estratégia.

O nosso plano "Inclusão & Diversidade" é a base para atrair, reter e desenvolver o talento através de cinco dimensões: Género, Deficiência, Geracional, Cultura e LGTBI. Estamos convencidos de que a diversidade enriquece e contribui para a criação de uma cultura e ambiente inclusivo.

Embora este tenha sido um ano extraordinariamente desafiante para todos, e a todos os níveis, não suspendemos o desenvolvimento do nosso Plano de Inclusão e Diversidade, contando neste caso com o compromisso e participação da nossa equipa.

24,4%

de mulheres em cargos diretivos. (\*)

\*Nível Senior Manager e superior.



## Programa Aliados

Trata-se de um programa concebido para ouvir os nossos colaboradores de forma a acompanhar e impulsionar a criação de uma cultura inclusiva dentro da Coca-Cola European Partners Iberia, através da aprendizagem e da escuta ativa, e acompanhando os nossos líderes na promoção de uma cultura de alto rendimento que integre a diversidade, a igualdade e o bem-estar de todos, independentemente das características pessoais de cada um.

Para isso, procurámos pessoas que quisessem ser embaixadoras da diversidade e da inclusão na Coca-Cola European Partners Iberia. Assim, mais de 70 aliados representantes de diversas realidades internas (área geográfica, função, faixa etária, etc.) acrescentaram valor com as suas experiências e vivências pessoais.

Em 2020, participaram todos num programa formativo em que foi possível fazer um diagnóstico interno e externo, através de encontros essencialmente virtuais, que ajudaram a elaborar uma composição de lugar sobre como estamos e como queremos estar em termos de diversidade e inclusão. Estes resultados e propostas de melhoria foram apresentados ao Diversity Council, que será acompanhado por esta equipa na concretização das iniciativas propostas em 2021.





# Comprometemo-nos com o desenvolvimento da comunidade

Em 2020 trabalhamos para apoiar e acompanhar os nossos clientes, consumidores e comunidades envolventes.

Comprometidos com as comunidades, investimos



em projetos sociais e ambientais em 2020 (Iberia)

Tendo em conta as necessidades derivadas da COVID-19, o investimento aumentou em 6%

Através da nossa estratégia de sustentabilidade, Avancamos, assumimos o compromisso de agir para garantir que a nossa atividade é sustentável e tem uma repercussão positiva na sociedade. Queremos ser um agente de mudança com os nossos colaboradores e as nossas comunidades.

Nos momentos mais difíceis da pandemia, continuámos a apoiar as nossas comunidades nas suas necessidades sociais através de donativos e de produtos destinados aos grupos mais vulneráveis: pacientes, pessoal médico, bolseiros, refeitórios, forças e corpo de segurança do Estado, banco alimentar, etc.

Além desta resposta de emergência, adaptámos as restantes iniciativas, mantendo os nossos objetivos e impactos positivos.



Acreditamos que fomentar o espírito empreendedor das mulheres e ajudá-las a concretizar as próprias ideias de negócios é uma prioridade para a construção de economias mais justas e sustentáveis. Temos a certeza que só é possível alcançar estes objetivos através da colaboração. Queremos impulsionar o empreendedorismo feminino, juntos.



Francesco Rocca, Managing Director da Impact Hub Lisbon

## Voluntariado Corporativo

Fomentamos o voluntariado corporativo como alavanca de impacto social através do nosso ativo principal.

### I Love Voluntariado



Todos os nossos colaboradores podem dedicar **2 dias por ano a atividades de voluntariado** com o objetivo de influenciar positivamente a nossa sociedade e o contexto envolvente.

Este ano, devido à COVID-19, adaptámos todas as iniciativas solidárias à realidade vivida recorrendo ao formato online.

### Voluntariado de Escrita e Escuta

Com o cenário de pandemia, o voluntariado presencial ficou muito condicionado e por isso tivemos de procurar e reinventar formas de retribuir à comunidade.

Foi assim que nasceram estes dois projetos digitais.

Um projeto de escrita com a Nuvem Vitória, uma IPSS fundada em 2016, que desenvolveu uma forma única em todo o mundo de trabalho de voluntariado.

Todas as noites, as equipas de voluntariado contam histórias de embalar a crianças que estão longe dos

seus ambientes familiares, normalmente em hospitais. Os nossos embaixadores recebem formação em escrita criativa e desenho. Criámos um ebook com 14 histórias para fazer sorrir, que podem ser usadas pelos voluntários para contar histórias a crianças hospitalizadas.

No entanto, para aqueles que ficaram isolados na pandemia, em cooperação com a ONG AMARA, que se dedica a combater o isolamento ouvindo quem necessita, desenvolvemos uma formação de 30h dedicada aos nossos colaboradores, para lhes dotar de capacidade de Escuta Ativa e poderem acompanhar voluntariamente de forma adequada.

### Dia do Voluntariado

Celebramos a semana do voluntariado no âmbito do Dia Internacional do Voluntariado, oferecendo aos nossos colaboradores a possibilidade de participarem em várias iniciativas online dirigidas a pessoas em risco de exclusão social e contribuindo para sustentabilidade ambiental.

**Encontro com 350 voluntários:** A Coca-Cola European Partners Iberia está focada em partilhar as experiências dos voluntários e entidades com que colabora com o objetivo de homenagear os seus voluntários, que são os verdadeiros protagonistas do impacto positivo criado entre os mais vulneráveis, e de forma ainda mais especial neste ano de desafios.



## Natal solidário

No final do ano desenvolvemos diferentes atividades de entrega de donativos e voluntariado, que apesar das circunstâncias atípicas de 2020 tornaram possível "O Natal mais Solidário da Coca-Cola".





## Plataforma 'BORA

Jovens e mulheres, o nosso compromisso com a empregabilidade e o empreendedorismo.



## Compromiso Global 5by20®

Em 2010, a Coca-Cola lançou uma iniciativa global para **promover o empreendedorismo económico de 5 milhões de mulheres empreendedoras em todo o mundo até ao final de 2020.**

Este projeto, conhecido como 5by20®, tinha como proposta abordar as desigualdades estruturais e as barreiras económicas que as mulheres empreendedoras enfrentam ao desenvolverem os seus negócios.

Em Portugal temos trabalhado para este compromisso principalmente através da Plataforma 'BORA Mulheres, e também através de outras iniciativas relacionadas com formação de competências, redes de mentoria e apoios financeiros.

**Em 2020 superámos o nosso objetivo, finalizando o ano com mais de 6 milhões de mulheres participantes em todo o mundo.**

## 'BORA Mulheres

O 'BORA Mulheres é um programa de capacitação da Coca-Cola, inserido na sua estratégia de sustentabilidade "Avançamos", dirigido a mulheres que queiram desenvolver uma ideia de negócio ligada ao setor da alimentação e bebidas. O projeto integra-se no compromisso global '5by20'.

**A segunda edição do programa decorreu em formato online devido à situação pandémica mundial.**

Nos workshops, as participantes puderam conhecer novas ferramentas com formadoras como Sandra Isabel Correia, Margarida Pinto Correia, Sara do Ó, Isabel Saldanha, Inês Sequeira, Mariana Duarte Silva, Isabel Viegas, Meg Pagani e Cláudia Pedra.

Nesta versão online, o 'Bora Mulheres apostou ainda mais nestas empreendedoras, com mentoria dedicada para 15 projetos selecionados. Após os workshops online avançou-se para a fase de seleção dos projetos, e posteriormente para a fase de mentoria, onde foram apoiadas durante dois meses em temas como análise de mercado, prototipagem, modelos de negócio e pitch.

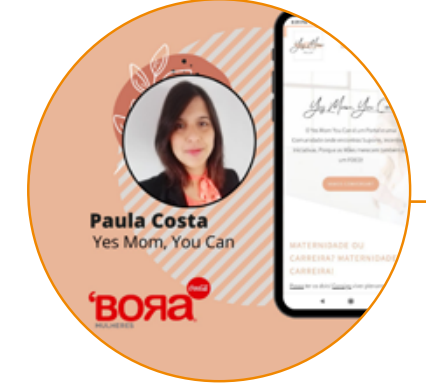
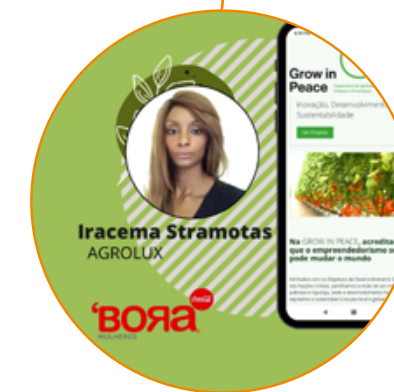
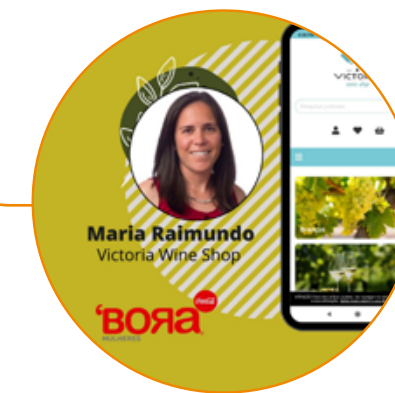
Este processo de seleção terminou num demo day onde as empreendedoras apresentaram os seus projetos ao júri composto por Rui Serpa, da Coca-Cola Europacific Partners; Anne Geubelle, da Impact Hub; Isabel Pereira, da Core Angels Impact e Isabel Saldanha, Formadora e Mentora 'Bora Mulheres'.

**"Victoria Wines", "AGROLUX" e "Yes Mom, You can"** foram os três projetos avaliados com maior pontuação e, por isso, as suas responsáveis tiveram ainda um suporte extra para os fazer crescer. Para tal, contaram com mentoria e consultoria dada pelo Impact Hub e por profissionais experientes, assim como apoio para possíveis candidaturas e para captação de investimento, adaptado às necessidades particulares de cada projeto.

**Entre 2019 e 2020 o projeto conseguiu apoiar cerca de 500 empreendedoras e dar-lhes confiança e ferramentas para avançarem com os seus projetos.**

**Capacitamos as mulheres com ferramentas que lhes permitam melhorar as suas competências e conhecimentos, preparando-as para o mundo do trabalho ou para o empreendedorismo.**

## Os projetos com maior pontuação





## 'BORA JOVENS

No final de 2020 iniciamos os primeiros passos para implementar o projeto 'BORA Jovens em Portugal. Através da ONG Ajuda em Ação estamos a implementar este projeto social da Coca-Cola em Portugal. Destinado a jovens dos 17 aos 23 anos, que têm menos oportunidades e estão em risco de exclusão social e educativa, a Ajuda em Ação e a Coca-Cola propõem-se a apoiar durante 6 meses um grupo de 70 jovens a encontrar as ferramentas para ingressar no mercado de trabalho.

O objetivo é que, após a formação, treino de competências e acompanhamento previstos no projeto, os jovens consigam mudar as suas vidas por dominarem as ferramentas de empregabilidade com mais facilidade, rapidez e flexibilidade.

O acompanhamento aos jovens é garantido por uma equipa de técnicos e dividido em duas fases: **FASE 1: CONHECER e FASE 2: CONHECE-TE** sendo que os jovens desempenham um papel de autoria na construção do seu percurso para a empregabilidade, para uma maior motivação inicial na procura ativa de emprego durante todo o processo.

O objetivo é conseguir integrar pelo menos 50% no mercado de trabalho durante o ano de 2021.



## Alianças para responder às necessidades da comunidade

Num contexto de emergência social, fomos capazes de manter o nosso compromisso com as necessidades existentes.

### Projetos Community Fund 2020 @CCEP

#### SITE LED

Em Portugal, junto da nossa fábrica de Setúbal, o apoio foi novamente dado à Associação Baía de Setúbal, para o desenvolvimento do seu plano ambiental 2020, após os excelentes resultados de 2019.

A Associação Baía de Setúbal (ABS) foi criada em 2005 para dar resposta aos objetivos do Clube, com a missão de envolver a comunidade na preservação e desenvolvimento da baía de Setúbal, como um património de todos.

Este projeto conta agora com 10 parceiros a trabalhar em rede, onde ONGAs, IPSSs e outros organismos públicos e privados, pretendem dar resposta à missão ambiental da ABS, considerando a transmissão de conhecimento como a maior ferramenta que dispomos para o desenvolvimento de uma sociedade assente em novos valores e ativa na resolução dos seus problemas ambientais e sociais.

Algumas das 30 atividades do programa, pelo seu cariz físico e de contacto humano, foram adiadas para 2021, mas a vontade de continuar o importante trabalho faz com que o compromisso ambiental destas organizações prevaleça.

#### SUPPORT MY CAUSE

Os nossos colaboradores podem propor **um projeto ou uma causa de uma organização sem fins lucrativos** para oferecer um donativo que apoie essa mesma causa ou projeto.

Pela primeira vez em Portugal avançamos com esta iniciativa e tivemos uma participação fantástica dos nossos colaboradores, sendo dos países com mais participação dentro da CCEP.

Tivemos mais de 176 votantes nas 23 diferentes causas propostas. Tivemos **duas causas vencedoras de 5000€ cada**, uma na categoria "Apoio Social" e outra na "Proteção Ambiental", e ainda oferecemos 1L de produto por cada voto dos colaboradores, levando a mais de 900 litros das nossas bebidas oferecidas às 23 instituições.

#### Apoio Social

'Associação Coração Amarelo', uma instituição que combate a solidão junto da população mais idosa.

#### Proteção Ambiental

'Guardiãs do Mar' da Ocean Alive, um projeto para proteger as pradarias marinhas empregando mulheres pescadoras.

Com as nossas comunidades e os grupos mais vulneráveis adaptamos os nossos programas às exigências do contexto COVID-19.



## Apoio COVID-19

Perante a pandemia em 2020 a Coca-Cola não ficou indiferente e preparou-se logo para ajudar.

Desde a The Coca-Cola Foundation, a Coca-Cola e a CCEP foi doado **um apoio de cerca de 120 milhões de dólares** para apoiar os esforços de combate à COVID-19.

Em Portugal este apoio foi **destinado à Cruz Vermelha Portuguesa, para a criação de 2 hospitais de campanha, equipamentos de proteção individual e apoio na testagem durante 45 dias.**

Para além desse apoio, desde o primeiro momento disponibilizamo-nos a ajudar quem está na linha da frente, nomeadamente hospitais, bombeiros e forças de segurança doando mais de 230.000 bebidas.

Também não esquecemos os mais vulneráveis, e apoiamos **Bancos Alimentares, instituições de apoio aos sem-abrigos e muitas IPSS's**. No total, foram mais de **110.000 litros de bebidas** nesta fase crítica de apoio.



# SOCIEDADE: AVANÇAMOS com a nossa equipa e com a comunidade

## OBJETIVO

2020

Vamos fomentar uma cultura de diversidade e inclusão no nosso negócio e vamos trabalhar para que as mulheres ocupem, pelo menos, 40% dos nossos cargos diretivos.



**Mulheres em cargos diretivos:**

**51% na Coca-Cola Iberia e**

**24,4% na Coca-Cola Europacific Partners Portugal**

Vamos ampliar a nossa contribuição para a sociedade, incentivando a participação dos nossos colaboradores em programas de voluntariado, e vamos continuar a colaborar ativamente com as comunidades locais.



**Horas de Voluntariado**

**443,5h na Coca-Cola Iberia**

**423h na Coca-Cola Europacific Partners Portugal**

Vamos dar especial atenção ao desenvolvimento de programas que ajudem as mulheres e os mais jovens a melhorarem a sua empregabilidade, assim como as suas habilitações e a confiança de que necessitam para terem sucesso.



**'BORA Mulheres**

**500 participantes desde 2019**





AVANÇAMOS

# ÁGUA: AVANÇAMOS no nosso compromisso com a água

## O compromisso global com a água

Promovemos uma gestão sustentável da água ao longo de toda a nossa cadeia de valor através da redução da água utilizada na produção e do tratamento da água usada nos processos de fabricação. Além disso, promovemos projetos locais que devolvem à natureza o equivalente a 100% da água contida nas nossas bebidas contribuindo para a conservação de ecossistemas vulneráveis.

A nossa estratégia de sustentabilidade "Avançamos" tem como compromisso reduzir em 20% o consumo de água nas nossas unidades de produção relativamente a 2010.

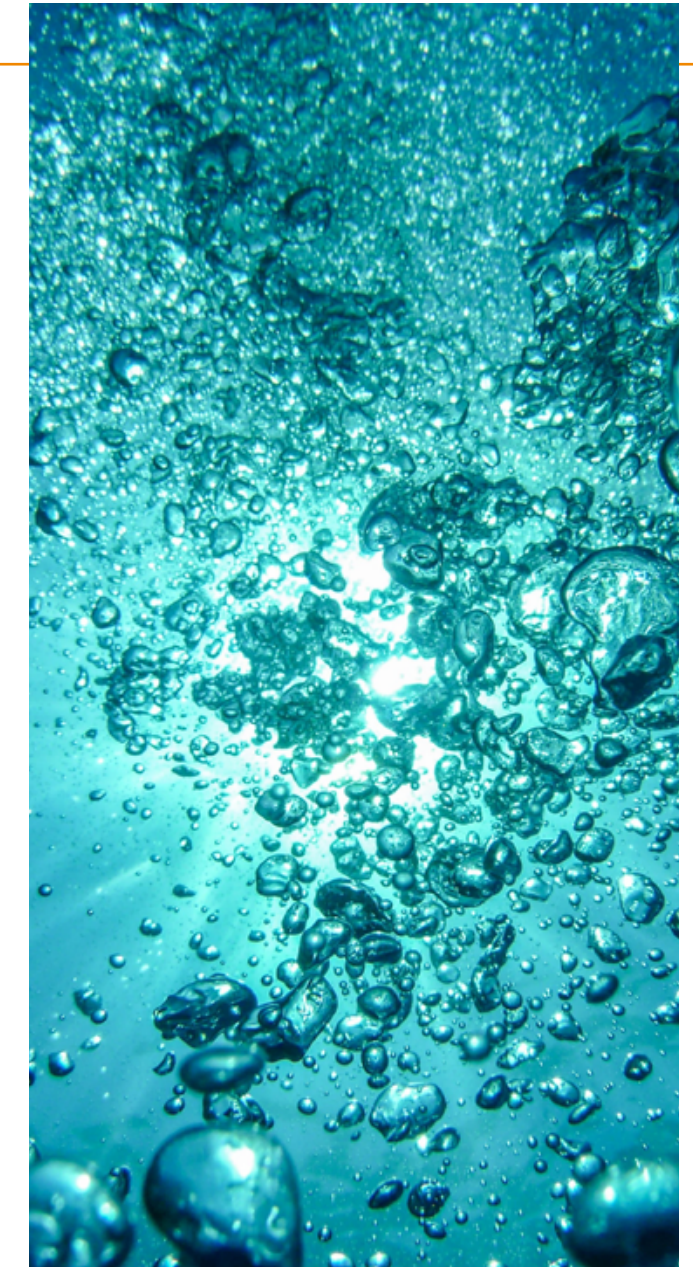
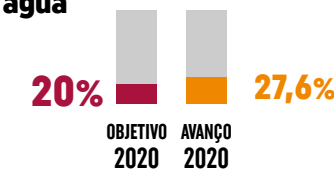
Neste sentido, os esforços realizados em 2020 permitiram-nos reduzir a água utilizada por litro de bebida produzida até um rácio de **1,62 litros**. Esta redução faz com que Portugal tenha conseguido já superar esta meta global, mas irá continuar a reduzir sempre que possível.

No total, as ações desenvolvidas na última década permitiram-nos reduzir em 27,6% o consumo de água relativamente a 2010. Partindo destes resultados, em 2020 implementámos a nova estratégia de água 2030, com o objetivo de aumentar a segurança hídrica nos locais onde operamos.

Esta nova estratégia reforça o nosso compromisso de repor 100% da água que consumimos e contempla a implementação de sistemas de circuito fechado nas unidades localizadas em zonas de stress hídrico.



### Objetivo "Avançamos" 2025: redução de 20% no consumo de água





## Protegemos as fontes de água

Para proteger as fontes de água, as nossas fábricas avaliam a sua vulnerabilidade perante potenciais riscos em termos de qualidade e disponibilidade. A partir das avaliações realizadas desenvolvemos planos de **proteção da água na sua origem, tendo em conta as necessidades futuras e identificando as ações adicionais requeridas para proteger este recurso.**

Estudamos os recursos hídricos, a qualidade da água e os potenciais riscos derivados de condições climáticas extremas ou desastres naturais, seguindo a **metodologia da Coca-Cola "Water Risk Assessment"**.

Continuaremos a trabalhar nesta estratégia com o objetivo de proteger os recursos hídricos, ampliando a nossa perspetiva local e colocando o foco nas áreas que apresentam maior risco hídrico.

**Implementámos planos de proteção das fontes de água em 100% das nossas operações de produção.**

Pelo quinto ano consecutivo as ações da Coca-Cola Europacific Partners integram a Lista A da CDP na edição de 2020. Por sua parte, a The Coca-Cola Company está qualificada na lista A - a nível global. Este reconhecimento reforça os nossos compromissos com a segurança hídrica.



## Melhorámos o nosso desempenho

A água é o nosso principal ingrediente e um recurso essencial para os nossos processos produtivos, pelo que promovemos a gestão sustentável ao longo de toda a nossa cadeia de valor:

- 1 **Reduzimos a água** que usamos na produção das nossas bebidas. Desenvolvemos diferentes projetos:
  - Otimização de programas de higiene para filtros de areia e carvão ativado (processo de tratamento de água).
  - Compra de resinas iónicas mais eficientes para descarbonizantes, reduzindo o consumo de água e ácido clorídrico nas regenerações.
  - Instalação de sistemas automáticos de controlo da condutividade em torres de refrigeração, condensadores evaporativos e caldeiras.
  - Ampliação do sistema de recuperação de água para incluir o processo de lavagem dos filtros de carvão ativado e das bombas de vácuo dos grupos de dosagem.
  - Ampliação da rede de água recuperada para alimentar um número maior de equipamentos, como máquinas de lavar de grade, torres de refrigeração e caldeiras de vapor.
- 2 Tratamos a água que utilizamos nos processos de produção.
- 3 Promovemos projetos locais que devolvam água à natureza.



**Protegemos a sustentabilidade dos recursos para preservá-los para as gerações futuras.**



Sabemos que o futuro tem menos água, sendo fundamental geri-la melhor desde já. Conservar água é conservar vida, e é por isso que importam os esforços do tecido empresarial na devolução de água à natureza.



Ângela Morgado, Diretora Executiva da ANP|WWF

## Devolvemos à natureza a água que utilizamos

Queremos devolver à natureza o equivalente a 100% da água utilizada nas nossas bebidas.

Em 2020, conseguimos devolver 3.642 milhões de litros de água, o equivalente a 134% da água existente nas bebidas comercializadas na divisão ibérica.

Temos o compromisso de reabastecer, recuperar e economizar água nas comunidades em que operamos.



**3.642 M**

de litros de água devolvidos à natureza em 2020.



**134%**

de água devolvida à natureza relativamente ao volume de vendas da Península Ibérica.



**150,5%**

de água devolvida à natureza relativamente à água utilizada nos nossos produtos engarrafados em áreas de stress hídrico na Península Ibérica.



## Promovemos a conservação dos ecossistemas e da biodiversidade

Através de ações desenvolvidas no âmbito dos nossos projetos, como a regeneração de lagos e lagoas, promoção da recuperação hidroflorestal, o cuidado com os conetores naturais e a otimização dos sistemas de rega, contribuímos para a conservação dos ecossistemas onde se inserem as nossas fontes de água e influenciámos positivamente o cuidado com a flora e a fauna.

Temos o compromisso de implementar as melhores técnicas para avaliar o impacto dos nossos projetos.

Desde 2017 utilizamos como referência para os nossos projetos hídricos o Protocolo de Capital Natural (Natural Capital Protocol). Entendemos que, ao cuidar e proteger os recursos hídricos, teremos um impacto direto na biodiversidade e poderemos contribuir de forma positiva a nível ambiental, social e económico nas comunidades locais.



O "Protocolo de Capital Natural" fornece recomendações e medidas para maximizar os benefícios ambientais, sociais e económicos.

## Projetos hídricos na Península Ibérica

Os nossos projetos estão focados no reabastecimento de água, na recuperação e proteção de bacias hidrográficas e na poupança de água.

Desde 2009, desenvolvemos **11 projetos de recuperação e reabastecimento de água**, dos quais 9 ainda estão ativos, em colaboração com várias ONGs, universidades, institutos tecnológicos, organismos públicos e outros agentes especialistas em conservação de água.





## Plantar Água

Em 2020 iniciámos o projeto “Plantar Água” com a organização da ANP|WWF (Associação Natureza Portugal em associação com a WWF), em parceria com a The Coca-Cola Foundation, que visa o restauro ecológico de áreas ardidas pelo grande incêndio ocorrido em 2012 e que plantará **mais de 50 000 árvores e arbustos mediterrânicos** em 100 hectares no Sítio do Barranco da Corte/Ribeira da Foupana, no coração da Serra do Caldeirão, em pleno Sítio Rede Natura 2000. Esta iniciativa faz parte do programa de sustentabilidade da Coca-Cola, promovendo a devolução de mais e melhor água à natureza.

Até 2050, estima-se que os resultados desta plantação, e através de uma floresta já madura, produzam uma recuperação de **200-250 milhões de litros de água/ano**. Algo fundamental para esta região que sofre de escassez hídrica e que, num contexto de alterações climáticas, poderá ver a sua situação muito agravada nos próximos anos.

Existem também outros benefícios esperados, igualmente importantes, tais como a **recuperação dos habitats, ecossistemas e biodiversidade naquela área, maior potencial para algumas atividades** como a produção de cortiça, pinheiro-manso e medronho, e também uma maior resiliência aos fogos, diminuindo-se o risco de incêndio e **protegendo-se a natureza e as pessoas. O projeto tem uma outra componente que é contribuir para a valorização dos territórios do interior e das comunidades que lá vivem.**



### AÇÕES

+de **50.000**  
árvores e arbustos

**100**  
hectares

### BENEFÍCIOS ESPERADOS

**200-250**  
milhões de litros de  
água/ano recuperados

**Recuperação**  
dos habitats, ecossistemas  
e biodiversidade

# ÁGUA: AVANÇAMOS no nosso compromisso com a água

## OBJETIVO

2020

Reduziremos a água que utilizamos nos nossos processos de produção em 20% até 2025 e abordaremos o impacto da sua utilização na nossa cadeia de fornecimento.



**27,6%** de redução no consumo de água nos processos de fabricação entre 2010 e 2020.

**1,62 litros** de água utilizados por cada litro de bebida produzido.

**100%** das nossas fábricas têm planos de proteção para fontes de água.

Devolveremos 100% da água usada nas nossas bebidas, especialmente em áreas de stress hídrico, como o caso da Península Ibérica.



Devolvemos à natureza o equivalente à água contida nas nossas bebidas:

**134%** de água devolvida à natureza relativamente à água comercializada em Iberia.

**150,5%** de água devolvida à natureza relativamente à água engarrafada em áreas com stress hídrico.

Protegeremos a sustentabilidade dos recursos hídricos com o objetivo de os preservar para as gerações futuras.



**9 projetos ativos** para o reabastecimento de água e recuperação de bacias hidrográficas e zonas húmidas na Península Ibérica.



# CLIMA: AVANÇAMOS para o nosso objetivo zero

Alcançámos o objetivo de reduzir as emissões de carbono em 25% até 2020, estabelecido em 2010 pela The Coca-Cola Company a nível global.

Reafirmamos o nosso compromisso com o clima redobrando os esforços para apoiar uma reconstrução sustentável baseada na luta contra as alterações climáticas e a reversão dos efeitos gerados pelo aquecimento global na biodiversidade e na saúde e bem-estar das pessoas.

Estamos a trabalhar para o nosso objetivo de emissões zero e temos como foco reduzir o valor absoluto de emissões GEE em 30% até 2030 e atingir as zero emissões de carbono até 2040 (Net Zero).

## Atuamos no clima

A nossa ambição é caminhar para um futuro neutro em carbono. Apostamos em medidas para reduzir as emissões de GEE (Gases com Efeito de Estufa) em toda a nossa cadeia de valor, desde a aquisição dos nossos ingredientes e das embalagens que utilizamos até às bebidas que vendemos, para limitar o aumento da temperatura mundial e proteger o futuro do nosso planeta.

### Pegada de carbono na nossa cadeia de valor:

Resultado das emissões de GEE 2020 alcançado em Portugal:

14% 9% 16% 30% 34%



Na última década reduzimos as emissões de GEE em 28,8%

Agora está a redobrar os seus esforços, propondo-se:

**2030:** reduzir das emissões de GEE em 30% (em relação a 2019).

**2040:** alcançar a neutralidade carbónica.

Especialmente durante este ano, após a COVID-19, **fortalecemos os nossos compromissos para o objetivo zero**, associando-nos às iniciativas Recover Better e Green Recovery. Estes projetos incitam as organizações a considerarem a sua atuação, para que os esforços e planos de recuperação económica e social, face aos desafios trazidos pela pandemia, **contribuam para acelerar a transição para uma economia verde e descarbonizada**.

### Recover Better

Uma iniciativa conjunta da **The Science Based Targets, do Pacto Global das Nações Unidas e da coligação We Mean Business** que visa limitar o aumento da temperatura global a 1,5°C acima dos níveis pré-industriais de modo a atingir as zero emissões antes de 2050.

A assinatura desta declaração foi efetuada em maio de 2020 no âmbito do Dia Mundial do Meio Ambiente.



### Green Recovery

Uma iniciativa promovida pelo Pacto Global, com o intuito de continuar a apoiar e promover a adoção de medidas que promovam uma recuperação sustentável após a crise gerada pela COVID-19.





Vivemos tempos de desafios complexos. Nas últimas décadas o mundo percebeu que os nossos sistemas de produção e consumo, os mesmos que nos permitiram chegar a níveis de desenvolvimento e riqueza sem precedentes, ultrapassaram os limites meio-ambientais de um planeta saudável. Ainda que muitas companhias e organizações responsáveis tenham implementado estratégias de sustentabilidade bem definidas para reduzir os seus impactos negativos, estas ações parecem não ser suficientes. Chegou o momento de repensar estas estratégias e que nos levem, para além do impacto ZERO sobre o meio ambiente, no caminho para um futuro regenerativo. Na CHEP, queremos começar por liderar cadeias de fornecimento verdadeiramente regenerativas; as que o mundo necessita hoje e no futuro //



Paula Sardinha, Country General Manager da CHEP em Portugal

## Novo Plano de Ação Climática: Objetivo Zero

É hora de agir, estamos num ponto crítico a nível climático. Por isso, decidimos lançar um novo plano de ação com objetivos mais ambiciosos e renovados.

**Objetivo Zero** tem como missão contribuir para limitar o aumento do aquecimento global a 1,5°C em linha com as recomendações do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).

O nosso Plano foi validado cientificamente e segue a aposta da Science Based Targets Initiative, em linha com o Carbon Disclosure Project (CDP), com o Pacto Global das Nações Unidas, com o Instituto de Recursos Mundiais (WRI) e com o Fundo Mundial para a Natureza (WWF).



Identificámos o âmbito das nossas emissões para estabelecer prioridades dentro do nosso Plano de Ação Climática.





## Princípios

No caminho para um futuro neutro em carbono os nossos esforços serão guiados por **cinco princípios que consideramos absolutamente essenciais**:

- 1. ASSUMIREMOS A RESPONSABILIDADE**, reduzindo as emissões em toda a nossa cadeia de valor.
- 2. ENVOLVEREMOS OS NOSSOS FORNECEDORES**, mobilizando-os para que tomem medidas climáticas e colaborando estreitamente com eles..
- 3. COMPENSAREMOS APENAS QUANDO FOR ESSENCIAL**, quando a redução não for possível, investiremos em mecanismos de eliminação.
- 4. SEREMOS TOTALMENTE TRANSPARENTES**, divulgando informação sobre as emissões de gases com efeito de estufa e os riscos climáticos que enfrentamos.
- 5. COMUNICAREMOS PARA ENVOLVER**, como empresa líder no nosso setor, pretendemos acelerar a transição para um futuro com baixas emissões de carbono e realizar as mudanças necessárias em todas as economias onde operamos.



## Ações imediatas no âmbito do Novo Plano de Ação Climática

Investimos 250 milhões de euros no objetivo de descarbonização da Europa. Além disso, desenvolvemos um plano de incentivos para a nossa equipa de gestão. Serão reconhecidos os colaboradores que cumpram o objetivo de redução de emissões nos próximos três anos.

Para reduzir as emissões em cada um dos âmbitos (1, 2 e 3), iremos focar-nos nas seguintes ações:



MAIS PLÁSTICO  
RECICLADO



EMBALAGENS  
MAIS LEVES



EQUIPAMENTOS  
DE REFRIGERAÇÃO



MAIS TECNOLOGIA,  
MENOS EMBALAGENS



FÁBRICAS LIVRES  
DE ENERGIA DE  
ORIGEM FÓSSIL



MAIS VEÍCULOS  
ELÉTRICOS

## Atuamos nos nossos centros de produção

Desenvolvemos programas de eficiência relacionados com o consumo energético, aproveitamento de resíduos, emissões de CO<sub>2</sub> e consumo de água nas nossas instalações:

- Temos equipamentos de refrigeração mais eficientes: adquirimos modelos mais eficientes energeticamente e instalámos dispositivos de economia de energia. Em 2010, cada unidade de frio consumiu uma média de 6,09 KWH/dia em Portugal. Até ao momento conseguimos reduzir para 4,19 KWH/dia, o que representa uma economia de 31% nos últimos anos.
- Realizamos atividades de produção mais eficientes, para melhorar a nossa fábrica de engarrafamento. As medidas mais destacadas concentraram-se em aspetos como a substituição de luminárias por iluminação do tipo LED, destacando:
  - A instalação de um sistema de iluminação natural nas linhas de produção de latas e vidros (áreas de engarrafamento de bebidas).
  - Instalação de VEV - variadores eletrónicos de velocidade em compressores de frio (refrigeradores de amoníaco).
- Utilizamos eletricidade proveniente de fontes 100% renováveis: continuamos a contratar eletricidade com a Garantia de Origem, que certifica o uso de energia obtida de fontes renováveis para a nossa fábrica em Portugal.

Pelo quinto ano consecutivo, a Coca-Cola Europacific Partners foi incluída na Lista A do CDP – edição de 2020. Por sua vez, a The Coca-Cola Company está qualificada na lista A - a nível global.



## CLIMA: AVANÇAMOS para o nosso objetivo zero

OBJETIVO

2020

» **28,8%** de redução de emissões na nossa cadeia de valor (2010 – 2020).

Reduziremos as emissões de gases com efeito de estufa em toda a nossa cadeia de valor em 35 % em 2020.

» **20,7%** de redução de gases com efeito de estufa (2019 – 2020).

Utilizaremos eletricidade proveniente de fontes renováveis.

» **100%** da eletricidade que compramos provém de fontes renováveis.



# CADEIA DE FORNECIMENTO: AVANÇAMOS juntos

## Construímos por intermédio dos nossos fornecedores para continuar a alcançar os objetivos

O crescimento demográfico, o aumento da procura de produtos alimentares e as alterações climáticas estão a colocar a nossa cadeia de fornecimento sob uma pressão crescente.

Conscientes do impacto que estes fatores têm sobre o nosso negócio, e sobre toda a nossa cadeia de fornecimento, estamos determinados a apoiar o crescimento sustentável através da utilização de matérias-primas com certificação de fornecimento sustentável e da seleção de fornecedores que cumpram os nossos Princípios Orientadores para Fornecedores.

## Promovemos a sustentabilidade da nossa cadeia de fornecimento

O nosso Código de Conduta e os Princípios Orientadores para Fornecedores constituem as bases de todo o Sistema Coca-Cola de modo a garantir o cumprimento dos nossos compromissos em questões de sustentabilidade na nossa relação com os fornecedores.

Temos o compromisso de facilitar aos nossos fornecedores os meios necessários para que os fabricantes e fornecedores conheçam e compreendam estas normas e possam, assim, assegurar o seu cumprimento.

## Código de Ética Empresarial para Fornecedores

Este Código aplica-se a todos os fabricantes e fornecedores que intervêm nos processos de compra. Assenta nos princípios gerais que definem o compromisso ético do Sistema Coca-Cola, com base nos Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Direitos Humanos, baseados, por sua vez, na Declaração Universal dos Direitos Humanos.



## Princípios Orientadores para Fornecedores (SGP- Supplier Guiding Principles)

Estes princípios são um pilar fundamental dentro dos programas de Direitos Humanos e Sustentabilidade do Sistema Coca-Cola.

Através destes princípios, promovemos a liberdade de associação, a proibição do trabalho forçado, infantil, ou maus tratos laborais, procuramos eliminar a discriminação e promovemos condições de trabalho justas e favoráveis, de acordo com o estabelecido por lei.

Informamos e sensibilizamos os nossos fornecedores sobre o conteúdo e a importância destes Princípios para que possam comprometer-se com o seu cumprimento.

### Avaliamos o rendimento.

O processo de gestão das relações com os fornecedores proporciona-nos um marco para avaliar a sua sustentabilidade. Cada fornecedor recebe uma pontuação com base no valor financeiro, na eficiência, na inovação, no risco e na sustentabilidade. A componente da sustentabilidade é definida pela empresa de avaliação independente EcoVadis. Neste sentido, avalia aspetos ambientais, gestão do carbono, Direitos Humanos e práticas comerciais justas.

### Compras a fornecedores aderentes aos SGP:

100%

na Coca-Cola Iberia

89%

na CCEP Portugal

2020 - o primeiro ano em que a Coca-Cola Europacific Partners foi incluída na Lista A do CDP - Supplier Engagement Leaderboard.



## Agricultura sustentável

Uma cadeia de fornecimento agrícola sustentável é especialmente relevante para os nossos objetivos de sustentabilidade no âmbito do clima, da água ou dos Direitos Humanos.

A nossa estratégia "Avançamos" define como objetivo 2020 adquirir os nossos principais ingredientes agrícolas, incluindo o açúcar, sumos de fruta, café e chá, entre outros, respeitando o meio ambiente.

Em 2020, a COVID-19 afetou a nossa capacidade de organizar avaliações e de nos reunirmos com fornecedores e agricultores. Apesar de **termos alcançado os 100% de fornecimento sustentável para a soja, o açúcar ou o papel**, continuamos a progredir com outros ingredientes prioritários. Estamos orgulhosos do que já alcançamos, mas reconhecemos que devemos continuar a desenvolver a nossa abordagem e práticas de sustentabilidade relacionadas com a nossa cadeia de fornecimento agrícola.

Neste sentido, em 2020 fizemos uma revisão global do nosso progresso. Continuaremos a promover um diálogo aberto e o nosso compromisso relativamente ao objetivo definido com as principais organizações de normas agrícolas, partes interessadas, peritos, fornecedores e indústria, nomeadamente através do trabalho com a Plataforma global da Iniciativa para a Agricultura Sustentável (Plataforma SAI).

O objetivo é garantir que

100%

dos ingredientes comprados cumprem os princípios de agricultura sustentável e as condições de saúde e bem-estar animal.



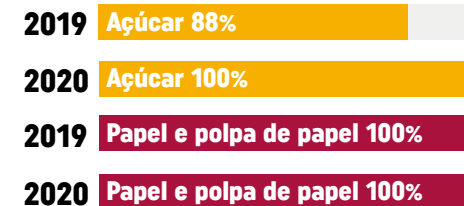
## Princípios de agricultura sustentável

Os nossos fornecedores agrícolas autorizados devem cumprir com estes Princípios, que garantem o cumprimento dos Direitos Humanos e Laborais, o respeito e cuidado com o meio ambiente e os sistemas de gestão.

A agricultura sustentável e a saúde e o bem-estar dos animais serão integrados no nosso Programa de Agricultura Sustentável e nos Princípios Orientadores de Agricultura Sustentável (SAGP).



### Avanços relativamente aos fornecedores que aderiram aos SAGP (Açúcar / Papel e polpa de papel)



## Política de bem-estar animal

Foi lançada em 2020 para avançar no compromisso de garantir que os animais são bem tratados, e assim priorizar a melhoria contínua da saúde e bem-estar animal.

"Esperamos que os nossos fornecedores garantam o cumprimento das normas aplicáveis nesta matéria e que tratem os animais com cuidado, compreensão e respeito, tendo como referência os regulamentos locais, regionais e internacionais aplicáveis à saúde e bem-estar animal."

Comprometemo-nos a ir além das normas, sempre que necessário, para cumprir com os nossos princípios orientadores e áreas de interesse global.





No Grupo ASR, tudo o que fazemos, desde a produção de cana-de-açúcar até aos produtos que vendemos, é feito com o respeito pelo planeta, pelos nossos funcionários, pelas nossas comunidades e clientes. Como líder global no fornecimento de produtos de cana-de-açúcar e soluções de adoçantes, temos a oportunidade de ajudar a impulsionar melhorias sustentáveis não apenas nas nossas próprias operações globais, como também nas cadeias de fornecimento dos nossos clientes. Uma matéria-prima de origem 100% sustentável significa que só compramos rama de açúcar para a Sidul Açúcares a fornecedores que respeitem e trabalhem com os mais elevados padrões ambientais e sociais, com uma gestão responsável e que defendam os direitos humanos.



**António Sérgio Marques,**  
Plant Manager, Operations da SIDUL

## Criamos valor em toda a cadeia

Em linha com os nossos critérios de sustentabilidade, trabalhamos com as empresas que nos oferecem soluções, e que além da qualidade do produto ou serviço acrescentam valor a nível social e ambiental.

Entre outros projetos, este ano trabalhamos com fornecedores que acrescentam valor relativamente a:

- **Certificação Lean&Green.**
- **Materiais 100% recicláveis.**
- **Iniciativas sobre redução de emissões e resíduos.**



# CADEIA DE FORNECIMENTO: AVANÇAMOS juntos

## OBJETIVO

2020

Asseguraremos que em 2020 100% dos principais ingredientes agrícolas e das matérias-primas sejam provenientes de recursos sustentáveis.



Princípios Orientadores de Agricultura Sustentável (SAGP):

- **100%** do açúcar provém de fornecedores que cumprem os princípios SAGP.
- **100%** da polpa e do papel são adquiridos a fornecedores que cumprem os SAGP.

Continuaremos a incluir a sustentabilidade, a ética e os Direitos Humanos na nossa cadeia de fornecimento através da aplicação dos nossos Princípios Orientadores para Fornecedores e das nossas políticas em matéria de Direitos Humanos.



**100%** de fornecedores aderentes ao Código de Conduta para Fornecedores.

Compras a Fornecedores aderentes aos Princípios Orientadores para Fornecedores:

- **100%** na Coca-Cola Iberia.
- **89%** na Coca-Cola European Partners em Portugal.

# ANEXOS



## ÍNDICE DE CONTEÚDOS GRI

|                                      | Conteúdo   | Comentários | Página/s           |
|--------------------------------------|--|-------------|--------------------|
| 101                                  | Princípios   |             |                    |
| 102                                  | Conteúdos gerais   |             |                    |
| <b>Perfil da organização</b>         |  |             |                    |
| 102-1                                | Nome da organização  |             | 6 e 7              |
| 102-2                                | Atividades, marcas, produtos e serviços                              |             | 6 e 7              |
| 102-3                                | Localização da sede da organização                                   |             | 113                |
| 102-4                                | Localização das operações  |             | 26, 113            |
| 102-5                                | Propriedade e natureza legal   |             | 6 e 7              |
| 102-6                                | Mercados servidos  |             | 6 e 7              |
| 102-7                                | Dimensão da organização  |             | 11                 |
| 102-8                                | Informação sobre colaboradores e outros trabalhadores                |             | 56 - 69            |
| 102-9                                | Cadeia de fornecedores   |             | 96 - 102           |
| 102-10                               | Alterações significativas na organização e na cadeia de fornecedores |             |                    |
| 102-11                               | Abordagem ao princípio da precaução                                  |             | 80, 87             |
| 102-12                               | Iniciativas externas   |             | 25, 80, 89, 93, 97 |
| 102-13                               | Participação em associações  |             | 32 e 33            |
| <b>Estratégia</b>                    |  |             |                    |
| 102-14                               | Declaração da Administração  |             | 4 e 5              |
| 102-15                               | Principais impactos, riscos e oportunidades                          |             |                    |
| <b>Ética e integridade</b>           |  |             |                    |
| 102-16                               | Valores, princípios, padrões e normas de conduta                     |             | 12 - 21            |
| <b>Governança</b>                    |  |             |                    |
| 102-18                               | Estrutura de governança  |             | 12 - 21            |
| <b>Envolvimento com stakeholders</b> |  |             |                    |
| 102-40                               | Lista de stakeholders  |             | 11                 |
| 102-41                               | Acordos de negociação coletiva                                       |             |                    |
| 102-42                               | Identificação e seleção de stakeholders                              |             | 11                 |

|  |  |  |             |
|--|--|--|-------------|
| 102-43   | Abordagem ao envolvimento de stakeholders                      |  | 11          |
| 102-44   | Principais questões e preocupações identificadas               |  | 10, 11 e 24 |
| <b>Práticas para a elaboração do relatório</b> |  |  |             |
| 102-45   | Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas |  | 6 e 7       |
| 102-46   | Definição do conteúdo do relatório e limites dos tópicos       |  | 24          |
| 102-47   | Lista de tópicos materiais                                     |  | 24          |
| 102-48   | Reformulação de informação                                     |  |             |
| 102-49   | Alterações no relatório  |  |             |
| 102-50   | Período coberto pelo relatório                                 |  |             |
| 102-51   | Data do relatório anterior mais recente                        |  |             |
| 102-52   | Ciclo de elaboração do relatório                               |  |             |
| 102-53   | Contacto para questões sobre o relatório                       |  |             |
| 102-54   | Declaração de conformidade com as Normas GRI                   |  |             |
| 102-55   | Índice de conteúdos GRI  |  | 104 - 108   |
| 102-56   | Verificação externa  |  |             |
| <b>103 Abordagens de gestão</b>                |  |  |             |
| 103-1  | Explicação e limite de tópicos materiais                       | A Abordagem de gestão é desenvolvida em cada um dos campos do presente relatório |             |
| 103-2  | A abordagem de gestão e as suas componentes                    |  |             |
| 103-3  | Avaliação da abordagem de gestão                               |  |             |
| <b>201 Desempenho económico</b>                |  |  |             |
| 201-1  | Valor económico direto gerado e distribuído                    |  |             |
| <b>203 Impactos económicos</b>                 |  |  |             |
| 203-1  | Investimentos em infraestruturas e serviços assegurados        |  | 69 - 77     |
| 203-2  | Impactos económicos indiretos significativos                   |  |             |

|       | Conteúdo   | Comentários | Página/s  |
|-------|--|-------------|-----------|
| 204   | Práticas de compras  |             |           |
| 204-1 | Proporção de despesas com fornecedores locais                    |             | 97        |
| 205   | Anticorrupção  |             |           |
| 205-2 | Comunicação e formação em políticas de combate à corrupção       |             | 12 - 21   |
| 301   | Materiais  |             |           |
| 301-1 | Materiais utilizados por peso e volume                           |             | 109 - 110 |
| 301-2 | Materiais reciclados   |             | 109       |
| 301-3 | Produtos reutilizados e materiais das embalagens                 |             | 42 - 55   |
| 302   | Energia  |             |           |
| 302-1 | Consumo de energia dentro da organização                         |             |           |
| 302-3 | Intensidade energética   |             | 111       |
| 302-4 | Redução do consumo de energia                                    |             | 111       |
| 302-5 | Rácio da utilização e redução de energia                         |             |           |
| 303   | Água e efluentes   |             |           |
| 303-1 | Interação com a água como um recurso partilhado                  |             | 111       |
| 303-2 | Fontes de água significativamente afetadas pela captação de água |             | 111       |
| 303-3 | Água reciclada e reutilizada                                     |             | 111       |
| 303-4 | Água descarregada  |             | 111       |
| 303-5 | Consumo de água  |             |           |
| 304   | Biodiversidade   |             |           |
| 304-3 | Habitats protegidos ou recuperados                               |             |           |
| 305   | Emissões   |             |           |
| 305-1 | Emissões diretas de GEE (âmbito 1)                               |             | 112       |
| 305-2 | Emissões indiretas de GEE ao gerar energia (âmbito 2)            |             | 112       |

|       | Conteúdo  | Comentários  | Página/s                        |
|-------|---|--|---------------------------------|
| 305-3 | Outras emissões indiretas de GEE (âmbito 3)   |  | 112                             |
| 305-4 | Intensidade de emissões de GEE  |  | 112                             |
| 305-5 | Redução de emissões de GEE  |  | 112                             |
| 306   | Resíduos  |  |                                 |
| 306-2 | Resíduos por tipologia e método de tratamento   |  | 42 - 45                         |
| 306-4 | Transporte de resíduos perigosos  | Nas nossas tabelas de dados corporativos fazemos uma discriminação de dados sobre a nossa produção: Resíduos por tipo de tratamento, Resíduos Perigosos e Resíduos não perigosos. O tipo de eliminação não é dividido por resíduos perigosos / não perigosos | 42 - 45                         |
| 306-5 | Recursos hídricos afetados por descargas de água e/ou escoamento superficial  | Asseguramo-nos de que as nossas águas residuais são tratadas segundo normas que não afetem a vida aquática   |                                 |
| 308   | Avaliação ambiental de fornecedores   |  |                                 |
| 308-1 | Novos fornecedores avaliados e selecionados com base em critérios ambientais  |  | 97                              |
| 401   | Emprego   |  |                                 |
| 401-1 | Novas contratações e rotatividade de colaboradores  |  | 58 e 62                         |
| 401-2 | Benefícios para colaboradores a tempo inteiro que não são atribuídos a colaboradores temporários ou a tempo parcial |  | 59, 60, 61, 63, 64, 65, 66 e 67 |
| 403   | Segurança e Saúde no Trabalho   |  |                                 |
| 403-8 | Colaboradores cobertos por um sistema de gestão de Segurança e Saúde no Trabalho                                    |  | 59, 64 e 65                     |
| 403-9 | Lesões por acidente laboral   |  | 59, 64 e 65                     |
| 404   | Formação e Educação   |  |                                 |
| 404-1 | Média anual de horas de formação por colaborador  |  | 59 e 65                         |

|       | Conteúdo   | Comentários   | Página/s    |
|-------|--|---|-------------|
| 404-2 | Programas para desenvolvimento de competências e apoio à transição   |   | 59 - 67     |
| 404-3 | Percentagem de colaboradores que recebem regularmente análises de desempenho e desenvolvimento de carreira |   | 59 - 67     |
| 405   | Diversidade e igualdade de oportunidades   |   |             |
| 405-1 | Diversidade nos órgãos de governação e colaboradores   |   | 58 e 60     |
| 405-2 | Rácio do salário base e remuneração entre homens e mulheres  |   |             |
| 412   | Avaliação dos direitos humanos   |   |             |
| 412-1 | Operações sujeitas a análise ou avaliação de impactos sobre direitos humanos                               | Fazemos a avaliação dos fornecedores considerando critérios de sustentabilidade, que contemplam aspetos ambientais, de gestão de carbono, Direitos Humanos e práticas comerciais justas | 97, 98, 102 |
| 412-2 | Formação de colaboradores em políticas ou procedimentos sobre direitos humanos                             |   | 21 e 59     |
| 413   | Comunidades locais   |   |             |
| 413-1 | Operações com envolvimento da comunidade local, avaliação de impactos e programas de desenvolvimento       |   | 22          |
| 414   | Avaliação social dos fornecedores  |   |             |
| 414-1 | Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais  |   | 113         |
| 416   | Saúde e segurança dos clientes   |   |             |
| 416-1 | Avaliação dos impactos na saúde e segurança das categorias de produtos ou serviços                         |   | 34 - 41     |
| 417   | Marketing e rotulagem  |   |             |
| 417-1 | Requisitos sobre a informação e rotulagem dos produtos e serviços  |   | 41          |

## INDICADORES PRINCIPAIS (PORTUGAL)<sup>1</sup>

| Compromisso  | Métricas   | 2010 | 2018            | 2019            | 2020            |
|--|--|------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>BEBIDAS</b>   |  |      |                 |                 |                 |
| Reduziremos o açúcar nas nossas bebidas em 10% entre 2015 e 2020 <sup>2</sup>  | Redução da média de açúcar por litro nas nossas bebidas desde 2015 (%)                                       |      | 16,7            | 19,4            | 22,3            |
|  | Redução do açúcar médio por litro no nosso portefólio de bebidas entre 2010 e 2020 (%)                       |      | 27,5            | 29,9            | 32,5            |
| Procuraremos que 50% das nossas vendas provenha de bebidas baixas em calorias ou sem calorias <sup>3</sup>   | Percentagem do volume de bebidas vendidas que são baixas em calorias ou sem calorias (%)                     | 12   | 40              | 42              | 44              |
| Desenvolveremos continuamente as nossas receitas e o nosso portefólio para oferecer uma maior variedade de bebidas   | Número de novos produtos cujas receitas foram alteradas para reduzir a quantidade de açúcar desde 2010 (N.º) |      |                 |                 | 17              |
|  | Número de novos produtos baixos em calorias e sem calorias lançados desde 2010 (N.º)                         |      |                 |                 | 36              |
| Facilitaremos aos consumidores a redução da ingestão de açúcar proporcionando-lhes informação clara sobre o produto e produzindo em tamanhos mais pequenos | Percentagem do volume vendido em embalagens de 250 ml ou menos (%) <sup>4</sup>                              |      | 1,4             | 1,4             | 1,3             |
| <b>EMBALAGENS</b>  |  |      |                 |                 |                 |
| Asseguraremos que 100% das nossas embalagens sejam recicláveis ou reutilizáveis  | Percentagem de embalagens que são recicláveis (%) <sup>5</sup>   |      | 99,3            | 99              | 99,2            |
|  | Percentagem de embalagens de vidro que são retornáveis   | 90,6 | 91,2            | 91,1            | 89,5            |
| Trabalharemos com parceiros locais e nacionais para recolher 100% das nossas embalagens na Europa Ocidental  | Embalagens recolhidas para reciclagem sobre o percentual do total de embalagens colocadas no mercado (%)     |      | 39 <sup>6</sup> | 45 <sup>7</sup> | 45 <sup>8</sup> |
| Asseguraremos que pelo menos 50% do material PET que utilizamos para as nossas bebidas seja proveniente de plástico reciclado (rPET)                       | Percentagem de PET utilizado correspondente a rPET (%)   |      | 21,1            | 24,5            | 24,7            |

<sup>1</sup> Em alguns casos os dados de anos anteriores podem não estar disponíveis, dado que foram estabelecidos novos objetivos em 2017. Os dados agrupados para a Coca-Cola European Partners antes da sua formação podem também não estar disponíveis.

<sup>2</sup> Apenas refrigerantes com e sem gás. Não inclui água nem sumo.

<sup>3</sup> Vendas totais da CCEP. Não inclui freestyle, bebidas baixas em calorias e bebidas de zero calorias.

<sup>4</sup> Baseado no volume de vendas de refrigerantes da Coca-Cola European Partners de 2019, relativamente a SKU.

<sup>5</sup> O recipiente ou embalagem na mão do consumidor (embalagem RTD). Critérios de reciclabilidade baseados em avaliações de reciclabilidade específicas do mercado.

<sup>6</sup> Fonte: PETCore.

<sup>7</sup> Fonte: Sociedade Ponto Verde (2017).

<sup>8</sup> Fonte: APA (2019), Tetrapak (2018).



| Compromisso  | Métricas  | 2010  | 2018      | 2019      | 2020      |
|--|---|-------|-----------|-----------|-----------|
| Peso da embalagem  | Alumínio: peso total (Toneladas)  | 331   | 2.040     | 2.114     | 1.467     |
|  | Aço: peso total (Toneladas)   | 3.056 | 210       | 92        | 52        |
|  | PET: peso total (Toneladas)   | 3.003 | 3.258     | 3.398     | 3.389     |
|  | Vidro: peso total (Toneladas)   | 1.270 | 1.216     | 1.370     | 915       |
|  | Outras primárias: peso total (Toneladas)  | 381   | 341       | 363       | 318       |
|  | Peso total da embalagem (primária/secundária/terciária) (Toneladas)   | 8.763 | 8.007     | 8.421     | 6.997     |
|  | Percentagem do conteúdo reciclado total (primário/secundário/terciário) (%)   | 10,8  | 25,3      | 25,9      | 25,5      |
| Rácio de uso de embalagens   | Rácio de uso de embalagens (g/litro de producto) <sup>9</sup>   | 47,81 | 36,22     | 36,10     | 35,20     |
| Resíduos de produção   | Total de resíduos de produção enviados para reciclagem (incluindo compostagem e resíduos para recuperação de energia) (%) | 97,9  | 99,8      | 99,5      | 100       |
| SOCIEDADE  |   |       |           |           |           |
| Fomentaremos uma cultura diversa e inclusiva no nosso negócio e asseguraremos que as mulheres ocupem, pelo menos, 40% dos cargos diretivos | Percentagem de mulheres em cargos diretivos (nível de gestão e superior) (%)  |       | 27,3      | 29,3      | 24,4      |
|  |   |       | 37        | 49        | 51        |
| Ampliaremos a contribuição para a sociedade aumentando o voluntariado dos nossos colaboradores e apoiando associações comunitárias locais  | Contribuição total para o investimento comunitário. (Milhões de euros)  |       | 1.712.829 | 2.451.196 | 2.147.379 |
|  |   |       |           |           |           |
|  | Número total de horas de voluntariado (Horas)   |       | 2.310     | 8.664     | 2.132     |
|  |   |       | 505       | 1.378     | 444       |

<sup>9</sup>Rácio do uso de embalagens baseado em toneladas de embalagens, incluindo a média de utilização para as embalagens reutilizáveis.

■ Coca-Cola Europacific Partners  
■ Coca Cola Iberia

| Compromisso  | Métricas  | 2010    | 2018      | 2019      | 2020      |
|--|---|---------|-----------|-----------|-----------|
| COLABORADORES  |   |         |           |           |           |
| Colaboradores  | Total de colaboradores (N.o)  |         | 385       | 391       | 377       |
|  |   |         | 126       | 126       | 126       |
|  | Homens (N.o/%)  |         | 259/67,3  | 260/66,5  | 248/65,8  |
|  |   |         | 56/44     | 48/38,1   | 77/61     |
|  | Mulheres (N.o/%)  |         | 126/32,7  | 131/33,5  | 129/34,2  |
|  |   |         | 70/56     | 78/61,9   | 49/39     |
| Segurança  | Taxa de incidentes por tempo perdido (LTIR) (número de incidentes com tempo perdido por cada 100 colaboradores a tempo inteiro) |         | 0,84      | 0,70      | 0,75      |
| ÁGUA   |   |         |           |           |           |
| Garantiremos a sustentabilidade das fontes de água que utilizamos para as gerações futuras                                       | Instalações com planos de proteção das fontes de água e avaliações no mesmo local da vulnerabilidade das fontes de água (%)     | 100     | 100       | 100       | 100       |
| Reduziremos em 20% a água que utilizamos no fabrico de bebidas e abordaremos os impactos da água na nossa cadeia de fornecimento | Rácio do uso de água. (litros/litro) <sup>10</sup>  | 2,23    | 1,68      | 1,59      | 1,62      |
|  | Percentagem da redução do rácio de uso de água (%)  |         | 24,95     | 28,77     | 27,60     |
|  | Volume total de água extraída. (m <sup>3</sup> )  | 451.000 | 343.000   | 345.000   | 306.000   |
|  | Volume total de águas residuais descarregadas (m <sup>3</sup> )   |         | 150.722   | 115.703   | 109.613   |
| Reporemos 100% da água que utilizamos, especialmente em áreas com stress hídrico   | Fábricas com as suas próprias instalações de tratamento de água (N.o)   |         | 1         | 1         | 1         |
|  | Volume de água reabastecida em Iberia (m <sup>3</sup> )   |         | 3.278.950 | 3.782.450 | 3.642.850 |
|  | Percentagem de água devolvida à natureza relativamente à água engarrafada em áreas com stress hídrico na Iberia <sup>11</sup>   |         |           | 135       | 150,5     |

<sup>10</sup>Rácio do uso de água: litros de água consumidos por litro de produto acabado produzido.

<sup>11</sup>Reposição da água calculada com base no volume de produção nas instalações da Coca-Cola European Partners em áreas de stress hídrico conforme determinado pela análise WRI/Aqueduct, e no volume total de água reposta. Podem diferir dos cálculos da The Coca-Cola Company, baseados nos volumes totais de vendas.

| Compromisso  | Métricas   | 2010   | 2018   | 2019   | 2020   |
|--|--|--------|--------|--------|--------|
| <b>CLIMA</b>   |  |        |        |        |        |
| Reduziremos em 30% as emissões de gases com efeito de estufa (GEE) em toda a nossa cadeia de valor até 2030, comparativamente a 2019 | Emissões de Âmbito 1   | 4.962  | 5.470  | 4.289  | 3.368  |
|  | Emissões de Âmbito 2 (com foco no mercado)   | 4.279  | 16     | 3      | 2      |
|  | Emissões de Âmbito 2 (com foco na localização)                                       | 4.806  | 3.367  | 4.300  | 3.246  |
|  | Emissões de Âmbito 3   | 83.683 | 71.730 | 79.219 | 62.834 |
|  | Total de emissões de GEE. Âmbito 1, 2 e 3 (cadeia de valor completa)                 | 92.924 | 77.216 | 83.511 | 66.204 |
|  | Redução absoluta de emissões de GEE na cadeia de valor desde 2010 (Âmbitos 1, 2 e 3) |        | 16,9   | 10,1   | 28,8   |
|  | Redução absoluta de emissões de GEE na cadeia de valor desde 2019 (Âmbitos 1, 2 e 3) |        |        |        | 20,7   |
| Utilizaremos eletricidade 100% renovável em 2020   | Percentagem de eletricidade utilizada proveniente de fontes renováveis (%)           |        | 100    | 100    | 100    |
| Percentagem de emissões na cadeia de valor   | Produção (%)   | 10     | 7      | 6      | 6      |
|  | Distribuição (%)   | 7      | 15     | 14     | 14     |
|  | Equipamentos de refrigeração (%)   | 37     | 24     | 29     | 30     |
|  | Packaging (%)  | 29     | 36     | 35     | 34     |
| Energia utilizada  | Ingredientes (%)   | 17     | 18     | 16     | 16     |
|  | Rácio do uso de energia, (MJ/litro) <sup>12</sup>                                    | 0,442  | 0,374  | 0,365  | 0,365  |
|  | Energia total utilizada (MWh)  | 30.809 | 26.646 | 27.265 | 23.389 |

<sup>12</sup>Rácio do uso de energia, MJ/litro de produto produzido.

| Compromisso  | Métricas   | 2010 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|--|------|------|------|------|
| <b>CADEIA DE FORNECIMENTO</b>  |  |      |      |      |      |
| Continuaremos a incorporar os conceitos de sustentabilidade, ética e Direitos Humanos na nossa cadeia de fornecedores            | Fornecedores aderentes aos nossos Princípios Orientadores para Fornecedores (%)  |      | 56   | 90   | 89   |
|  |  |      | 73   | 100  | 100  |
| Garantiremos que 100% dos nossos principais ingredientes agrícolas e matérias-primas provenham de fontes sustentáveis, para 2020 | Percentagem de açúcar proveniente de fornecedores que cumprem com os nossos Princípios Orientadores de Agricultura Sustentável (SAGP) (%)        |      | 9    | 43   | 100  |
|  | Percentagem de polpa e papel proveniente de fornecedores que cumprem com os nossos Princípios Orientadores de Agricultura Sustentável (SAGP) (%) |      |      | 100  | 100  |
|  | Percentagem do gasto realizado em Portugal (%)   |      | 94   | 54   | 88   |
|  |  |      |      |      | 91   |

Coca-Cola Europacific Partners  
 Coca-Cola Iberia

**Coca-Cola Europacific Partners Portugal**  
**Quinta da Salmoura, Cabanas – São Simão**  
**2929-509 Azeitão, Portugal**  
<https://www.cocacolaep.com/pt/>

**Coca-Cola Iberia**  
**C/Ribera del Loira, 20-22**  
**28042 Madrid, Espanha**  
[www.cocacolaportugal.pt](http://www.cocacolaportugal.pt)