

Duurzaamheid

ACTIE TEN AANZIEN VAN

Wij komen in actie voor duurzaamheid door ons bedrijf en onze merken in te zetten voor een betere toekomst. Voor de mensen. Voor de planeet.

Wij geloven dat zakelijk succes en duurzaamheid hand in hand gaan. We willen ons bedrijf laten groeien op een manier die vanuit maatschappelijk en milieuoogpunt verantwoord is en onze medewerkers en stakeholders trots maakt.

We doen dit door middel van ons actieplan voor duurzaamheid: 'This is Forward'.

Het plan is tot stand gekomen in samenwerking met The Coca-Cola Company (TCCC) en ontwikkeld via doorlopend overleg met onze stakeholders - waaronder klanten, NGO's en leveranciers - uit al onze gebieden en plaatst duurzaamheid centraal binnen onze bedrijfsstrategie.

Via 'This is Forward' komen wij in actie op zes belangrijke maatschappelijke en milieuterreinen waarvan we weten dat we daar een aanzienlijke impact hebben en waarvan onze stakeholders willen dat we er prioriteit aan geven. Op elk van deze terreinen hebben we een aantal toezeggingen gedaan die passen binnen de doelstellingen die bijdragen aan de VN-doelen voor duurzame ontwikkeling (SDG's). Samen bieden zij een duidelijke richting voor de wijze waarop we met partners in heel onze waardeketen willen samenwerken aan een betere toekomst - voor ons bedrijf, voor de mensen en voor de planeet. Er is geen weg terug. This is Forward.

MEER INFORMATIE IS TE VINDEN OP WWW.COCACOLAEP.COM/SUSTAINABILITY

De Raad van Bestuur kent een onafhankelijk Corporate Social Responsibility Committee, dat de voortgang ten opzichte van onze duurzaamheidsagenda monitort. Hieruit blijkt het belang dat we hechten aan duurzaamheid.

LEES VERDER IN ONS CORPORATE GOVERNANCE-VERSLAG OP PAGINA 67-76





DRANKEN

WE WORDEN EEN TOTALE DRANKENPRODUCTENT DIE CONSUMENTEN EEN NOG RUIMERE KEUZE AAN DRANKEN MET MINDER SUIKER BIEDT.

We verlagen het suikergehalte van onze frisdranken tussen 2015 en 2020 met 10%. Dit is bovenop de verlaging van 5% die in de voorgaande vijf jaar is gerealiseerd.^(A)

We streven ernaar dat 50% van onze omzet afkomstig is van caloriearme of calorievrije dranken.^(B)

We blijven onze recepten en portfolio ontwikkelen om een ruimere keuze aan dranken te kunnen bieden.

We maken het consumenten gemakkelijker om minder suiker te gebruiken door middel van duidelijke productinformatie en kleinere verpakkingen.

We zorgen ervoor dat onze reclame niet is gericht op kinderen onder de 12* en dat onze sales- en marketingpraktijken zich ontwikkelen conform de verwachtingen van buitenaf.

*in Nederland onder de 13 jaar.



VERPAKKINGEN

WE ZAMELEN AL ONZE VERPAKKINGEN IN ZODAT GEEN VERPAKKING ALS AFVAL EINDIGT OF IN DE OCEANEN TERECHTKOMT.

We zorgen ervoor dat 100% van onze primaire verpakkingen recyclebaar of herbruikbaar is.

We zullen samenwerken met lokale en nationale partners om in West-Europa 100% van onze verpakkingen in te zamelen, en we zullen goed ontworpen statiegeldsystemen steunen daar waar geen bewezen alternatieven bestaan.^(C)

We zullen alle onnodige en moeilijk te recycelen verpakkingen uit onze portfolio elimineren.^(C)

We zullen ervoor zorgen dat in 2023 ten minste 50% van het materiaal dat we voor onze PET-flessen gebruiken afkomstig is uit gerecycled plastic (rPET). Ons doel is om in de toekomst 100% gerecycled of hernieuwbaar plastic te gebruiken.^(C)

We gebruiken het bereik van onze merken om iedereen aan te zetten tot recycelen.

We spelen een voortrekkersrol bij het gebruik van duurzame verpakkingen, inclusief hernieuwbare materialen en slimme nieuwe manieren voor het terugdringen van verpakkingsafval.



MAATSCHAPPIJ

WE VORMEN EEN POSITIEVE KRACHT ALS VOORVECHTER VAN INCLUSIE EN ECONOMISCHE ONTWIKKELING IN DE MAATSCHAPPIJ, MET ONZE MEDEWERKERS EN ONZE GEMEENSCHAPPEN

We koesteren een diverse en inclusieve cultuur in ons bedrijf en zorgen ervoor dat ten minste 40% van onze managementfuncties wordt bekleed door vrouwen.

We vergroten onze bijdrage aan de maatschappij door middel van meer vrijwilligerswerk door onze medewerkers en ondersteuning van partnerschappen met de lokale gemeenschap.

We ondersteunen initiatieven die jonge mensen helpen bij het verkrijgen van wat ze nodig hebben om te slagen: inzetbaarheid, vaardigheden en zelfvertrouwen.



WATER

WE BEHANDELEN WATER MET DE ZORG DIE HET VERDIENT, IN HEEL ONS BEDRIJF EN IN ONZE WAARDEKETEN.

We beschermen de duurzaamheid van de door ons gebruikte waterbronnen voor toekomstige generaties.

We verminderen de hoeveelheid water die we bij de productie gebruiken met 20% en pakken de gevolgen van het watergebruik binnen onze toeleveringsketen aan.^(D)

We vullen 100% aan van het water dat we gebruiken in gebieden met een watertekort.

Uitgangsjaar is 2010 en streefdatum is 2025, tenzij anders vermeld

(A) Uitsluitend koolzuurhoudende frisdranken en niet-koolzuurhoudende frisdranken. Geen water of sappen. Deze toezegging geldt voor CCEP en TCCC WEBU. Uitgangsjaar is 2010 en omvat historische, geconsolideerde gegevens voor Coca-Cola Enterprises, Coca-Cola Iberian Partners, S.A. en Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG die zijn herberekend na de fusie.

(B) Totale omzet van CCEP. Exclusief koffie, alcohol, bier of freestyle. Caloriearme dranken ≤ 20 kcal/100 ml. Calorievrije dranken < 4 kcal/100 ml.

(C) verhoogde Actie ten aanzien van verpakkingstoezeggingen in 2019.

(D) Verhouding watergebruik, liters water per liter geproduceerd eindproduct.

(E) Absolute CO₂-reductiedoelstelling, ongeacht de groei van het bedrijf. Tot de belangrijkste bedrijfsactiviteiten behoren productie, koelapparatuur en transport.

(F) We zullen dit doen via onze mondiale Supplier Guiding Principles en ons mensenrechtenbeleid.



KLIMAAT

WE HALVEREN ONZE DIRECTE CO₂-UITSTOOT EN KOPEN 100% HERNIEUWBARE ELEKTRICITEIT.

We brengen de uitstoot van broeikasgassen door onze belangrijkste bedrijfsactiviteiten met 50% omlaag.^(E)

We brengen de uitstoot van broeikasgassen in onze hele waardeketen met 35% omlaag.

We kopen 100% hernieuwbare elektriciteit tegen 2020.

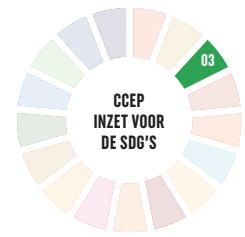


TOELEVERINGSKETEN

WE KOPEN ONZE BELANGRIJKSTE INGREDIËNTEN EN GRONDSTOFFEN DUURZAAM EN OP VERANTWOORDE WIJZE IN.

We zorgen ervoor dat 100% van onze belangrijkste landbouwingredienten en grondstoffen in 2020 afkomstig zijn van duurzame bronnen.

We blijven duurzaamheid, ethiek en mensenrechten verankeren in onze toeleveringsketen.^(F)



03 > GOEDE GEZONDHEID EN WELZIJN

Actie ten aanzien van dranken

Te veel suiker is voor niemand goed. Door onze portfolio te ontwikkelen, helpen we consumenten bij het beheersen van de hoeveelheid suiker die ze consumeren en het maken van bewustere keuzes ten aanzien van hun voedingspatroon.

Onze strategie

Vandaag de dag willen mensen een breder aanbod aan varianten, waaronder caloriearme en -vrije dranken, die geschikt zijn voor meer verschillende momenten en gelegenheden. In samenwerking met TCCC en andere franchisers ontwikkelen we onze activiteiten in lijn met deze veranderingen.

We herontwikkelen veel van onze recepten om het suikergehalte van al onze merken te verlagen. Tegelijkertijd breiden we onze portfolio uit met vele andere soorten dranken zoals RTD thee en koffie, sappen en gezuiverd water. We spannen ons in om ervoor te zorgen dat in 2025 50% van onze omzet afkomstig is van caloriearme en -vrije dranken.

Ook maken we het consumenten gemakkelijker om minder suiker te gebruiken door middel van duidelijke productinformatie en betere verkrijgbaarheid van kleinere en handigere verpakkingen.

We schuiven met ons marketingbudget om meer bekendheid te geven aan onze suikerarme en -vrije varianten, terwijl we erop blijven toezien dat onze reclame nooit is gericht op kinderen onder de 12 (13 in Nederland).

Onze acties

We boeken nog steeds vooruitgang bij het verlagen van het suikergehalte in onze hele portfolio door middel van innovatie en herformulering: in 2019 brachten we 169 caloriearme en -vrije dranken op de markt. Bijvoorbeeld Aquarius Hydration, een functioneel water dat op de markt werd gebracht in Frankrijk, Groot-Brittannië, Duitsland en Zweden, en dat hydratatie combineert met de inname van essentiële mineralen. In Frankrijk herformuleerden we het Capri-Sun-assortiment Tropical, Multivitamin en Orange. In België introduceerden we Chaudfontaine Sensation, een caloriearm water met vruchtensap.

Om te waarborgen dat in 2025 50% van onze omzet afkomstig is van caloriearme- en vrije dranken, zullen we onze marketinguitgaven verder verhogen om meer bekendheid te geven aan ons assortiment nieuwe dranken met een lager suikergehalte.

In 2019 hebben we, om onze portfolio te diversifiëren en consumenten een ruimere keuze aan dranken te kunnen bieden, onze aanwezigheid binnen het dynamische segment energiedranken uitgebreid met Coke Energy. Dit is een aanvulling op ons bestaande Monster-assortiment energiedranken, dat we verder hebben uitgebreid met de lancering van Monster Reign, een assortiment prestatiebevorderende energiedranken zonder calorieën. In Frankrijk en België lanceerden we Tropicco, een onlangs overgenomen koolzuurvrij sapmerk.

Om consumenten te helpen bij het maken van een bewuste keuze, geven we duidelijke voedingswaarde-informatie over onze dranken. We steunen systemen die een uniforme benadering van etikettering in markten bevorderen en in lijn zijn met EU-wetgeving. De groeiende steun voor op kleur gebaseerde, duidelijke etikettering overal in de EU stemt ons hoopvol. We volgen de ontwikkelingen die verband houden met het huidige, door de EU gecoördineerde, proces voor voedingswaarde-etikettering op de voorzijde van de verpakking op de voet.

We zorgen ook voor een betere verkrijgbaarheid van kleinere en handigere verpakkingen, met meer nadruk op activering in al onze gebieden.

Om te waarborgen dat onze marketing niet is gericht op kinderen onder de 12 (13 in Nederland), informeren en trainen we onze sales- en marketingteams via duidelijke operationele richtlijnen om aan onze externe toezeggingen te voldoen.

LEES VERDER OP WWW.COCACOLAEP.COM/SUSTAINABILITY/THIS-IS-FORWARD/ACTION-ON-DRINKS

WE SPANNEN ONS VOORTDUREND IN OM ONZE KLANTEN DE BESTE PRODUCTEN EN EEN BREED ASSORTIMENT AAN TE BIJDEN. WE ZIEN DAT CCEP BIJ DE GROEIENDE VRAAG NAAR CALORIEARME EN -VRIJE DRANKEN HET VOORTOUW HEEFT GENOMEN DOOR STEEDS HEERLIJK SMAKENDE DRANKEN OP DE MARKT TE BRENGEN DIE AAN DE BEHOEFTE VAN ONZE CONSUMENTEN VOLDOEN."

Roderick Rasquin - Lead Category Manager Albert Heijn - Nederland

Onze voortgang	2019	2018
Verlaging van het gemiddelde suikergehalte in onze frisdrankenportfolio sinds 2015	12.9%	11.1%
Verlaging van het gemiddelde suikergehalte in onze frisdrankenportfolio sinds 2010	17.6%	15.8%
Verkochte producten die caloriearm of -vrij zijn	46%	45%

Actie ten aanzien van verpakkingen

De wereld heeft een groot verpakkingsafvalprobleem. We komen in actie om ervoor te zorgen dat we 100% van onze verpakkingen inzamelen zodat geen verpakking als afval eindigt of in de oceanen terecht komt.

Onze strategie

We willen voorop lopen bij het creëren van een kringlooeconomie waarin 100% van onze verpakkingen wordt ingezameld, hergebruikt of gerecycled. Bij CCEP zien we dit als een van onze hoogste prioriteiten als het gaat om duurzaamheid. Om dit eerder te bereiken, samen met TCCC, hebben we in 2019 verhoogde verpakkingsdoelstellingen aangekondigd.

Met deze verhoogde doelstellingen hebben we ons vastgelegd om al het onnodige of moeilijk te recyclen plastic uit onze portfolio te verwijderen. Ook hebben we de deadline voor het verhogen van het aandeel gerecycled materiaal in onze plastic flessen tot minimaal 50% vervroegd van 2025 naar 2023 (in Nederland al gerealiseerd in 2019), en uiteindelijk willen we in de toekomst naar 100% gerecycled of hernieuwbaar plastic. In 2025 zijn al onze verpakkingen 100% recyclebaar.

Samen met TCCC blijven we onze merken inzetten om consumenten te stimuleren meer te recyclen. Ook werken we samen met klanten, lokale overheden en andere stakeholders om lokale inzamelings- en recycling-percentages te verbeteren.

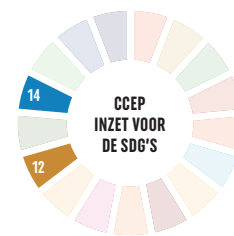
Daarnaast gaan we door met investeren in duurzame innovatieve verpakkingen, onder andere door onderzoek te doen naar manieren om dranken in een hervulbare verpakking of zonder verpakking te leveren. Tot slot hebben we - in het kader van de transparantie op dit punt - toegezegd om jaarlijks te rapporteren over de voetafdruk van onze verpakkingen.

Onze acties

In 2019 hebben we een Sustainable Packaging Office (SPO) ontwikkeld. Dit is een systeemoverstijgend werkmodel dat alle technische en onderzoeksresultaten op het gebied van verpakkingen in verschillende landen stroomlijnt, onze innovatie op dit gebied versnelt en bijdraagt aan het behalen van onze verhoogde verpakkingsdoelstellingen. Ter ondersteuning van onze toezegging dat in 2025 100% van onze verpakkingen

ONS RECYCLING-PROGRAMMA OP DE LUCHTHAVEN VAN BRUSSEL IN SAMENWERKING MET CCEP DRAAGT BIJ AAN HUN AMBITIE OM ELKE FLES DIE ZE OP DE MARKT BRENGEN IN TE ZAMELEN. MET DIT PROJECT REAGEREN WE OP DE VERDER GROEIENDE CONSUMPTIE ONDERWEG (ON-THE-GO) EN WILLEN WE ERVOOR ZORGEN DAT MEER VERPAKKINGSAFVAL WORDT INGEZAMELD EN GERECYCLED."

Patrick Laevers - Managing Director Fost Plus - België



12 > VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE

14 > LEVEN IN HET WATER

recyclebaar of herbruikbaar is, hebben we aangekondigd dat we moeilijk te recyclen krimpverpakkingen gaan vervangen door 100% recyclebare kartonnen verpakkingen voor multipacks met blikjes. Dit betekent voor onze gebieden een vermindering van ongeveer 4.000 ton wegwerpplastic per jaar. Ook hebben we de kleur van onze groene plastic Sprite-flessen veranderd: de nieuwe, transparante flessen kunnen gemakkelijker van fles tot fles worden gerecycled.

In de loop van het jaar maakten we bekend dat we goed ontworpen statiegeldsystemen in West-Europa gaan steunen daar waar nog geen goed werkende alternatieven bestaan. Dit ondersteunt ons doel om in 2025 voor elk blikje of flesje dat we verkopen, een leeg exemplaar in te zamelen.

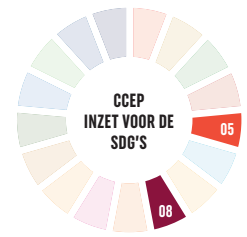
Daarnaast spannen we ons extra in om het aandeel gerecycled materiaal in onze verpakkingen te vergroten. Vanaf 2020 worden al onze flessen voor Honest, GLACÉAU Smartwater, Chaudfontaine en ViO gemaakt van 100% gerecycled plastic. Dit betekent dat onze portfolio jaarlijks 9.000 ton zuiver plastic minder bevat. In aanvulling daarop worden vanaf 2020 al onze in Zweden geproduceerde plastic flessen gemaakt van 100% rPET - wereldwijd uniek voor het Coca-Cola-systeem.

Innovatie blijft een cruciale rol spelen. In 2019 onthulden we onze allereerste voorbeeldfles gemaakt van 25% gerecycled plastic uit de zee. Deze fles is ontwikkeld in een samenwerkingsverband van Ioniq Technologies, Indorama Ventures, Mares Circulares en TCCC, en laat zien dat op een dag ook oceaanafval kan worden gebruikt in gerecyclede verpakkingen voor levensmiddelen of dranken.

We zien dat sectoroverschrijdende allianties een belangrijke rol spelen bij het tot stand brengen van een kringlooeconomie voor onze verpakkingen. Samen met TCCC en de Coca-Cola Hellenic Bottling Company maken we deel uit van de Circular Plastics Alliance. Dit is een initiatief dat publieke en private stakeholders samenbrengt ter ondersteuning van de EU-doelstelling om ervoor te zorgen dat in 2025 in Europa 10 miljoen ton gerecycled plastic wordt gebruikt voor het maken van producten.

LEES VERDER OP WWW.COCACOLAEP.COM/SUSTAINABILITY/THIS-IS-FORWARD/ACTION-ON-PACKAGING

Onze voortgang	2019	2018
Primaire verpakkingen die recyclebaar of herbruikbaar zijn	98.3%	97.9%
Gerecycled plastic in onze PET-flessen	30.5%	27.6%



05 > GENDERGELIJKHEID

08 > WAARDIG WERK EN
ECONOMISCHE GROEI

Actie ten aanzien van de maatschappij

We zijn vastbesloten om een positief verschil te maken in de maatschappij door inclusie, diversiteit en economische ontwikkeling te bevorderen, zowel op de plaatsen waar wij werken als in onze lokale gemeenschappen.

Onze medewerkers

Onze strategie

Ons succes is alleen mogelijk dankzij de passie en inzet van de 23.300 getalenteerde mensen die bij ons werken. We zijn ervan overtuigd dat diversiteit een belangrijke aanjager is van innovatie en groei. Onze visie is een organisatie te zijn waar mensen zich thuis voelen en waar verschillen in levenservaring en afwijkende standpunten worden gewaardeerd. Het bevorderen van gendergelijkheid is in dit verband belangrijk en om ervoor te zorgen dat we de goede richting op bewegen, hebben we als doelstelling dat in 2025 ten minste 40% van de leidinggevende functies bij CCEP wordt bekleed door vrouwen.

We willen een fantastische plek om te werken zijn en dit houdt ook in dat we moeten zorgen voor een veilige en gezonde werkomgeving. We beschikken over gedegen programma's die zijn ontworpen om ongelukken op de werkplek uit te bannen. Daarnaast hanteren we een reeks andere voorwaarden die bijdragen aan de gezondheid en het welzijn van onze medewerkers.

Onze acties

Om de juiste cultuur voor groei te realiseren en onze aanpak in onze gebieden af te stemmen, hebben we in 2019 onze personeelsstrategie geïntroduceerd. Dit betekent een merk met oog voor de medewerker, dat staat voor de ervaring die we iedereen binnen CCEP gunnen. Me@CCEP is gebaseerd op het idee dat "everything starts with me" en gaat over je goed, verbonden, gewaardeerd, ontwikkeld, beloond en geïnspireerd voelen.

 [MEER OVER ME@CCEP OP PAGINA 21](#)

Het bevorderen van een inclusieve, diverse werkcultuur is in onze strategie geïntegreerd. Ter ondersteuning hiervan hebben we in 2019 een nieuw CCEP-breed Inclusion and Diversity Centre of Expertise opgezet. De Raad van Bestuur heeft in 2019 een nieuw CCEP-breed Inclusion and Diversity Policy aangenomen.

WE ZIJN VERHEUGD DAT WE DE PRIDE 500 'WERKGEVERSZEGEL' KONDEN TOEKENNEN AAN CCEP, EEN KAMPIOEN OP HET GEBIED VAN LGBT+-DIVERSITEIT. MET ZIJN INZET, ZOWEL INTERN ALS EXTERN, IS HET BEDRIJF EEN VOORBEELD VOOR GELIJKERE KANSSEN VOOR LESBIENNES, HOMO'S, BISEKSUELEN EN TRANSGENDERS/ TRANSSEKSUELEN - EN MENSEN MET EEN ANDERE SEKSUELE EN GENDERIDENTITEIT - OP DE WERKPLEK."

Stuart B. Cameron - CEO & oprichter van de UHLALA Group - Duitsland

In het beleid, dat in 2020 zal worden ingevoerd, wordt het belang van inclusie en diversiteit voor de toekomst van CCEP toegelicht en worden onze verwachtingen op dit punt uiteengezet.

Het bevorderen van gendergelijkheid en het versterken van de positie van vrouwen blijft een belangrijke prioriteit. Ons doel is vrouwen op senior niveau te steunen en de man-vrouwverhouding in onze talentenpijplijn te verbeteren door middel van een serie opleidingsprogramma's en andere initiatieven.

Sectorbrede samenwerkingsverbanden en toezeggingen spelen een belangrijk rol bij het tot stand brengen van een meer diverse retailsector. In 2019 ondertekende onze CEO Damian Gammell, samen met TCCC Chairman en CEO James Quincey, de LEAD Network pledge, een sectorbrede toezegging voor het versnellen van gendergelijkheid en inclusie in onze hele sector. Daarnaast ondertekenden we in januari 2020 de Valuable 500 pledge en voegden ons daarmee bij andere ondernemingen en leiders uit het bedrijfsleven die hebben toegezegd om de inclusie van mensen met een beperking op hun agenda te zetten.

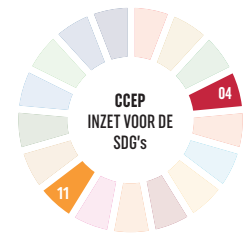
Voor het tweede opeenvolgende jaar ontving ons bedrijf in Duitsland de Pride 500 Seal voor zijn inspanningen bij het bevorderen van LGBT+-inclusiviteit. Tot de activiteiten in 2019 behoorden een actieve rol in een serie LGBT+-conferenties en -banenbeurzen, het organiseren van de eerste Europese LGBT+-workshop bij CCEP en het produceren van 100.000 'Love'-blikjes om onze steun aan de LGBT+-gemeenschap te tonen.

Onze veiligheidsagenda moet zorgen voor een geharmoniseerde aanpak bij het beperken van veiligheidsrisico's en een cultuur van continue verbetering creëren. CCEP-productielocaties die in 2019 mijlpalen op het gebied van veiligheid hadden te vieren waren onder andere onze sites in Morpeth en Edmonton in Groot-Brittannië, waar al tien resp. zeven jaar geen verzuimincident heeft plaatsgevonden. In Noorwegen vierde onze site in Robsrud dat er al vier jaar geen sprake is van letsel dat tot verzuim heeft geleid.

 [LEES VERDER OP
WWW.COCACOLAEP.COM/SUSTAINABILITY/THIS-IS-FORWARD/ACTION-ON-SOCIETY-OUR-PEOPLE](http://WWW.COCACOLAEP.COM/SUSTAINABILITY/THIS-IS-FORWARD/ACTION-ON-SOCIETY-OUR-PEOPLE)

Onze voortgang	2019	2018 ^(A)
Managementfuncties bij CCEP bekleed door vrouwen	35.5%	35.2%

(A) Opnieuw geformuleerd - lees de volledige voetnoot op pagina 22



04 > KWALITEITSONDERWIJS

11 > DUURZAME STEDEN EN GEMEENSCHAPPEN

Onze investeringen in gemeenschappen en vrijwilligerswerk

Onze strategie

Veel van onze gemeenschappen staan voor substantiële maatschappelijke uitdagingen, waaronder een hoge jeugdwerkloosheid en sociale uitsluiting. We willen een positieve kracht vormen door samenwerkingsverbanden in lokale gemeenschappen te steunen en door kansarme jongeren te helpen bij het verkrijgen van wat ze nodig hebben om te slagen: inzetbaarheid, vaardigheden en zelfvertrouwen.

Ook in onze gebieden helpen we deze zaken aan te pakken door onze medewerkers in de gelegenheid te stellen per jaar maximaal twee dagen betaald verlof op te nemen om vrijwilligerswerk te doen in lokale gemeenschapsprogramma's.

Onze acties

In 2019 droegen we € 8,8 miljoen - oftewel 0,60% van de winst voor belasting - bij aan maatschappelijke initiatieven. Hieronder waren een serie programma's en samenwerkingsverbanden ter ondersteuning van jonge mensen uit kansarme groepen. In Frankrijk zijn we nieuwe samenwerkingsverbanden gestart met Les Restaurants du Cœur en Eloquentia. We zetten onze samenwerking voort met de Stiftung Integration in Duitsland, het programma 'Reach Up' van UK Youth in Groot-Brittannië, JINC in Nederland, Mentor in Zweden en het Rode Kruis in Noorwegen en IJsland. In Spanje gaat ons programma GIRA Jóvenes verder met het helpen ontwikkelen van arbeidsmarktqualificaties en vaardigheden onder jongeren.

Om onze jonge leiders te informeren en voor te lichten over de maatschappelijke en milieu-uitdagingen waar de maatschappij voor staat, woonden 27 afgevaardigden van CCEP in 2019 de topconferentie 'One Young World' in Londen bij. De conferentie is een unieke kans om een gemeenschap op te zetten van getalenteerde jonge mensen die betrokken zijn en willen leren, en klaarstaan om de belangrijkste mondiale uitdagingen op het gebied van duurzaamheid aan te pakken, van klimaatverandering tot armoedebestrijding.

In 2019 zijn we ook gestart met 'Support my Cause', een initiatief waarmee onze medewerkers goede doelen kunnen nomineren die hen aan het hart gaan en kunnen stemmen op de liefdadigheidsinstellingen of goede doelen die CCEP zou moeten steunen. In 2019 startten we het programma in Bulgarije, Frankrijk, Groot-Brittannië, Duitsland en Spanje, en doneerden we € 195.000 aan lokale goede doelen en groepen binnen de gemeenschap. In 2020 willen we het programma ook opstarten in onze andere gebieden.

In het kader van ons vrijwilligersprogramma organiseerden we in juni 2019 de allereerste Groepsbrede week voor vrijwilligerswerk. Meer dan 1.000 mensen in onze gebieden hielpen mee met het opruimen van afval in kustgebieden of in de openbare ruimte, en zamelden samen meer dan 1.000 zakken afval in.

Ook steunden onze medewerkers lokale groepen binnen de gemeenschap en goede doelen. Onder hen 165 collega's in Groot-Brittannië die 201 dagen vrijwilligerswerk deden voor Reach Up, vrijwilligers in Spanje die twee maanden lang GIRA-deelnemers begeleidden en vrijwilligers in Duitsland die als vrijwilliger bij de voedselbank werkten. In 2019 hebben onze medewerkers 25.839 uur aan vrijwilligerswerk besteed, een toename van 116% in vergelijking met 2018.

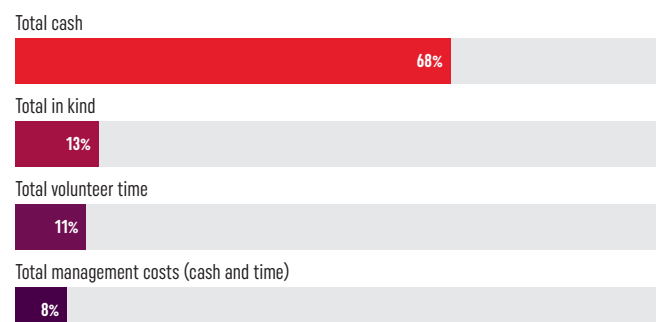
We zijn ook bezig een toolkit met criteria te ontwikkelen, zodat we beter inzicht krijgen in de impact van onze maatschappelijke investeringen. In 2019 hebben we de toolkit uitgeprobeerd in Frankrijk, Groot-Brittannië, Duitsland en Spanje, en we verwachten dat we deze in 2020 in al onze gebieden kunnen uitrollen.

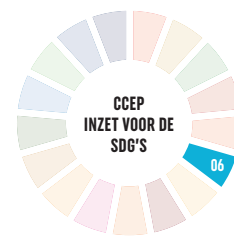
LEES VERDER OP WWW.COCACOLAEP.COM/SUSTAINABILITY/THIS-IS-FORWARD/ACTION-ON-SOCIETY-OUR-COMMUNITY

IN DE AFGELOPEN TWEE JAAR WERKTEN VRIJWILLIGERS VAN CCEP ZIJ AAN ZIJ MET JONGERENWERKERS. ZIJ STEUNDEN DAARMEE ONS PROGRAMMA EN GAVEN MEER DAN 150 JONGE MENSEN DE KANS TE ONTDEKKEN WAT ZE IN HUN MARS HEBBEN EN HOE ZE WERK KUNNEN VINDEN."

Patrick Shaw-Brown - Director of National Programmes UK Youth - Groot-Brittannië

Our €8.8 million community contribution





06 > SCHOON WATER EN
SANITAIR

Actie ten aanzien van water

Water is het hoofdingrediënt van onze producten en onmisbaar bij al onze productieprocessen. Om een duurzame watervoorziening te waarborgen, spannen we ons in om minder water te gebruiken bij onze bedrijfsactiviteiten en lokale waterbronnen te beschermen voor toekomstige generaties.

Onze strategie

CCEP is afhankelijk van een duurzame watervoorziening. De verslechterende waterkwaliteit in onze toeleveringsketen en waterschaarste - veroorzaakt door overexploitatie, slecht waterbeheer en de gevolgen van klimaatverandering - zijn voor ons bedrijf in West-Europa belangrijke kwesties geworden.

Om deze uitdagingen aan te pakken en goed met onze waterbronnen om te gaan, benaderen we waterbeheer vanuit de waardeketen. Ons streven is om in 2025 bij onze productie 20% minder water te gebruiken en de gevolgen van watergebruik binnen onze toeleveringsketen aan te pakken. We willen ook 100% van het water dat we gebruiken in gebieden met een watertekort aanvullen via samenwerkingsverbanden binnen gemeenschappen.

Onze acties

In 2020 willen we onze benadering van waterbeheer verder versterken door deze in lijn te brengen met de nieuwe TCCC-waterstrategie voor 2030. De strategie benadert waterzekerheid vanuit de context, waardoor we ons kunnen richten op lokale gebieden met het grootste risico op een watertekort. Samen met TCCC hebben we een gedetailleerde analyse uitgevoerd van de aan water gerelateerde risico's die we lopen. We gebruiken een kader voor waterrisicobeheer waarin de aan water gerelateerde risico's op twee manieren worden geïdentificeerd en geprioriteerd. Op de eerste plaats brengt de waterrisicobeoordeling voor onze onderneming in kaart welke risico's we lopen door watertekorten op onze eigen productielocaties en in onze landbouwtoeleveringsketen. Dit wordt onderbouwd met Source Water Vulnerability Assessments (SVA's) die op lokaal niveau worden gemaakt om te bepalen hoe duurzaam de waterbronnen waarvan we afhankelijk zijn, op de lange termijn zijn.

Onze productielocaties voeren elke vijf jaar SVA's uit. Deze beoordelingen leveren de informatie voor onze Source Water Protection Plans (SWPP's). In 2019 maakten al onze productielocaties gebruik van SVA's en SWPP's om de risico's te beperken.

Op basis van de waterrisicobeoordeling 2019 van onze onderneming, hebben we een waterkaart opgesteld waarop is aangegeven welke van onze productielocaties het grootste risico lopen op een watertekort. Uit de kaart blijkt dat 27 van onze 47 productielocaties zich bevinden in gebieden die op dit moment hebben te kampen met een watertekort.

We blijven investeren in waterbesparende systemen zodat we minder water gebruiken bij onze productie- en schoonmaakprocessen. In 2019 hebben we bijvoorbeeld de waterbehandelingsinstallaties in België, Duitsland, Groot-Brittannië en Spanje geoptimaliseerd, waardoor tot 50.000 m³ water per jaar wordt bespaard. Als gevolg van deze en andere initiatieven was onze verhouding watergebruik in 2019 1,60 - een verlaging van 12,14% in vergelijking met 2010.

Samen met TCCC gaan we door met het aanvullen van het water dat we in gebieden met een watertekort gebruiken, in samenwerking met lokale NGO's en groepen binnen de gemeenschap. In 2019 beheerden we 15 waterprojecten in gemeenschappen in West-Europa. Daardoor konden we in gebieden met een watertekort 160% van het water dat we gebruikten voor het maken van onze dranken weer aanvullen.

In 2019 vierden we het vijfjarig bestaan van ons waterprogramma in de Camargue, dat wordt gesteund door WWF Frankrijk en de Coca-Cola Foundation. Het doel van het programma is het herstel van de hydrologie en biodiversiteit van de Étangs et Marais des Salins de Camargue, een beschermd kustgebied met lagunes en zoute moerassen dat meer dan 6.500 hectare beslaat.

LEES VERDER OP WWW.COCACOLAEP.COM/SUSTAINABILITY/THIS-IS-FORWARD/ACTION-ON-WATER

ONZE INSPANNINGEN IN DE CAMARGUE BEGINNEN RESULTAAT OP TE LEVEREN. VIS-, VOGEL- EN PLANTENSOORTEN FLOREREN EN ER ZIJN ENKELE MILJARDEN LITERS ZOET WATER TERUGGEBRACHT NAAR DIT UNIEKE NATUURLIJK ERFGOED. PROJECTEN ZOALS DEZE SPELEN ZIJN CRUCIAAL OM DE ACHTERUITGANG VAN DE BIODIVERSITEIT EEN HALT TOE TE ROEPEN."

Isabelle Autissier - President WNF - Frankrijk

Onze voortgang

	2019	2018
Verhouding watergebruik (liters water/liter geproduceerd product)	1.60	1.61
Hoeveelheid aangevuld water dat we gebruiken in onze dranken, wanneer water afkomstig is uit gebieden met een watertekort	160%	141%

Actie ten aanzien van het klimaat



07 > BETAALBARE EN SCHONE ENERGIE

13 > KLIMAATACTIE

Klimaatverandering is wereldwijd de urgentste uitdaging op milieugebied. We zetten ons in om ons aandeel te leveren aan de mondiale inspanningen om de klimaatcrisis aan te pakken door de CO₂-uitstoot in heel onze waardeketen - in lijn met het Akkoord van Parijs - terug te dringen.

Onze strategie

In Europa zien consumenten klimaatverandering nog steeds als de belangrijkste uitdaging op het gebied van duurzaamheid. We nemen aanzienlijke maatregelen om ons bedrijf in onze hele waardeketen koolstofarm(er) te maken.

We hebben onszelf ten doel gesteld om de uitstoot van broeikasgassen door onze belangrijkste activiteiten (productie, distributie en koelapparatuur) tegen 2025 te halveren. In heel onze waardeketen streven we ernaar de uitstoot van broeikasgassen met 35% te verminderen door onze leveranciers te stimuleren initiatieven voor CO₂-reductie te omarmen en door middel van veranderingen in onze verpakkingen, zoals overschakelen op 100% gerecyclede materialen. Deze doelen zijn in lijn met klimaatwetenschappelijke inzichten en zijn gevalideerd door het 'Science Based Targets initiative' (SBTi).

CCEP is lid van het initiatief 'The Climate Group's RE100', een coalitie van ondernemingen die heeft toegezegd vanaf 2020 100% hernieuwbare elektriciteit te kopen. Als lid van de European Corporate Leaders Group steunen we een aanzienlijke verhoging van de EU-reductiedoelstelling voor de uitstoot van broeikasgassen voor 2030, in lijn met de EU-doelstelling om in 2050 CO₂-neutraal te zijn.

Onze acties

In 2019 hebben we samen met TCCC een klimaatrisico-beoordeling uitgevoerd, overeenkomstig de richtlijnen van de Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). De beoordeling identificeerde de fysieke en transitierisico's waar we als gevolg van klimaatverandering mee te maken kunnen krijgen. De bevindingen vormen de onderbouwing van onze strategische besluiten en dragen bij aan de voorbereiding op de mogelijke impact van klimaatverandering. In 2020 zullen we verder beoordelen hoe ons bedrijf op de lange termijn kan worden beïnvloed door aan het klimaat gerelateerde risico's, met de nadruk op onze productielocaties en de beschikbaarheid van belangrijke ingrediënten in onze waardeketen.

CCEP IN ZWEDEN HEEFT ZICH ALTIJD BEZIGGEHOUDEN MET HET VINDEN VAN NIEUWE OPLOSSINGEN ALS HET GAAT OM ENERGIE-EFFICIËNTIE EN SAMENWERKING DIE HUN KLIMAATVOETAFDruk KAN VERKLEINEN. IK BEN ONTSETTEN TROTS OP ONZE SAMENWERKING EN OP HET FEIT DAT WE KUNNEN BIJDAGEN AAN HUN AMBITIE OM GEEN FOSSIELE BRANDSTOFFEN MEER TE GEBRUIKEN."

Branislav Slavic - Head of Customers & Solutions, Vattenfall Norden - Zweden

In 2019 hebben we de uitstoot van broeikasgassen door onze belangrijkste activiteiten verder verlaagd; sinds 2010 is onze uitstoot met 52% afgenomen. Een voorbeeld: onze productielocatie in Jordbro, Zweden, verlaagde haar totale energieverbruik met 10% door de verwarming, ventilatie en airconditioning voor de hele locatie te moderniseren. De locatie wil vanaf 2030 geen fossiele brandstoffen meer gebruiken en heeft in 2019 een nieuwe overeenkomst gesloten voor klimaatneutrale elektriciteit, inclusief compensatie voor eventuele onvermijdbare uitstoot van broeikasgassen. In Groot-Brittannië voeren we op dit moment onderhandelingen over de uitbreiding van de zonneboerderij op onze productielocatie in Wakefield. Dankzij de investering kan de boerderij meer stroom produceren en de energieopslag verbeteren.

Transport blijft een cruciale rol spelen in onze strategie voor CO₂-reductie. In Duitsland verdubbelden we ons spoorwegvervoer voor onze ViO-dranken van onze productielocatie in Lüneburg en besparen daarmee zo'n 879 ton CO₂-uitstoot per jaar.

We blijven investeren in verbetering van de energie-efficiëntie van onze koelapparatuur, bijvoorbeeld door slimme apparaten op te nemen om het energieverbruik in onze iCool 300-apparatuur te optimaliseren. In 2019 daalde het totale energieverbruik van al onze koelapparatuur tezamen met 4,2% in vergelijking met het jaar ervoor. In dezelfde periode groeide het totaal aantal koelapparaten dat we in gebruik hebben met 1,8%.

We verkleinen de ecologische voetafdruk van onze waardeketen op een aantal manieren.

ZIE ONZE ACTIE TEN AANZIEN VAN VERPAKKINGEN OP PAGINA 37 EN ONZE ACTIE TEN AANZIEN VAN DE TOELEVERINGSKETEN OP PAGINA 43

In 2019 sloot CCEP zich aan bij het EU-initiatief Step Up Now, een coalitie van bedrijven, beleggers, steden en regio's die opriep tot meer EU-actie tegen klimaatverandering. Via ons lidmaatschap moedigen we Europese leiders aan de maatregelen te nemen die noodzakelijk zijn om te komen tot een klimaatneutrale, concurrerende en duurzame Europese economie in 2050.

LEES MEER OVER ONZE KLIMAATSCENARIO-ANALYSE OP WWW.COCCOLAEP.COM/SUSTAINABILITY/THIS-IS-FORWARD/ACTION-ON-CLIMATE

Onze voortgang	2019	2018
Verhouding energiegebruik (MJ/liter geproduceerd product)	0.317	0.315
Elektriciteit gekocht uit hernieuwbaar bronnen	100%	100%

Uitstoot van broeikasgassen (Scope 1, 2 en 3)

Tabel 1 bevat gegevens over onze Scope 1-, 2- en 3-uitstoot van broeikasgassen in tonnen CO₂-equivalent (uitgedrukt als CO₂e) door onze belangrijkste bedrijfsactiviteiten en onze waardeketen in 2019. Onze Scope 1-uitstoot staat los van eventuele emissiehandel en onze Scope 2-uitstoot wordt berekend met behulp van de marktgebaseerde benadering.

Tot onze belangrijkste bedrijfsactiviteiten rekenen we onze productie, distributie en koelapparatuur. Hieronder zijn ook de gegevens opgenomen over onze Scope 3-uitstoot van broeikasgassen in onze waardeketen (inclusief onze ingrediënten en verpakkingen). Aanvullende Scope 3-cijfers zullen worden opgenomen in onze CDP-reactie 2020.

Onze ecologische voetafdruk wordt berekend volgens de WRI/WBCSD GHG Protocol Corporate Standard, die operationele aansturing gebruikt om organisatiegrenzen te bepalen.

In 2019 nam onze Scope 1- en 2-uitstoot toe met 2,8% in vergelijking met 2018; er is echter wel sprake van een reductie van 58% in de Scope 1- en 2-uitstoot in vergelijking met 2010, waarbij een marktgebaseerde Scope 2-benadering is gebruikt. Onze totale Scope 1-, 2- en 3-uitstoot van broeikasgassen (volledige waardeketen) is sinds 2010 met 30,5% afgenomen.

Intensiteitsverhoudingen

De uitstoot van broeikasgassen (Scope 1 en 2) per liter geproduceerd product (marktgebaseerde Scope 2-benadering): 19,25 g/liter geproduceerd product.
De uitstoot van broeikasgassen (Scope 1 en 2) per euro omzet (marktgebaseerde Scope 2-benadering): 20,35 g/euro omzet.

Opmerking over gegevensbronnen en berekeningswijzen

Overeenkomstig het WRI/WBCSD GHG Protocol meten we onze uitstoot in drie gebieden (*scopes*), behalve voor CO₂e-uitstoot van biologisch vastgelegde koolstof; deze wordt meegenomen in afzonderlijke rapportages buiten deze scopes. Ons uitgangsjaar 2010 omvat gegevens van de bottelaars die CCEP vormden voorafgaand aan de fusie. Een aantal gegevens over 2018 zijn opnieuw geformuleerd omdat er accuratere gegevens beschikbaar zijn gekomen.

Tabel 1:
de uitstoot van broeikasgassen (ton CO₂e)

		2019	2018 ^(A)
Scope 1	Directe uitstoot (bijv. brandstof gebruikt bij productie, eigen wagenpark, proces- en diffuse uitstoot)	238,046	232,630
Scope 2 (marktgebaseerde benadering)	Indirecte uitstoot (bijv. elektriciteit)	6,573	5,382
Scope 2 (locatiegebaseerde benadering)		169,971	173,203
Scope 3	Uitstoot door derden die deel uitmaken van onze belangrijkste bedrijfsactiviteiten, waaronder de uitstoot die verband houdt met onze koelapparatuur, transport en distributie door derden en zakelijke reizen	949,319	988,770
Totaal Scope 1, 2(B) en 3 (belangrijkste bedrijfsactiviteiten)		1,193,938	1,226,782
Scope 3	Uitstoot door derden die verband houdt met onze ingrediënten en verpakkingen	2,538,033	2,528,956
Totale uitstoot van broeikasgassen Scope 3 (ingrediënten, verpakkingen en belangrijkste bedrijfsactiviteiten)		3,487,352	3,517,726
Totale uitstoot van broeikasgassen Scope 1, 2 en 3 (volledige waardeketen)		3,731,971	3,755,738

(A) Opnieuw geformuleerd - zie hiervoor.

(B) Uitsluitend marktgebaseerde benadering.

Gegevens van een aantal bronnen in ons hele bedrijf zijn samengevoegd en centraal geanalyseerd. We gebruiken een verscheidenheid aan methodologieën om onze uitstootgegevens te verzamelen en meten elk onderdeel van onze operationele ecologische voetafdruk, inclusief gegevens over aardgas en gekochte elektriciteit, koelgasverliezen, diffuse CO₂-uitstoot en brandstof voor transport, watervoorziening, afvalwater en afvalbeheer. We gebruiken emissiefactoren die relevant zijn voor de brongegevens, waaronder emissiefactoren van het UK Department for Business, Environment and Industrial Strategy (BEIS) uit 2019 en van het IEA uit 2017.

Scope 1-cijfers omvatten directe bronnen van uitstoot zoals de brandstof die we gebruiken voor de productie en onze eigen voertuigen plus onze diffuse uitstoot.

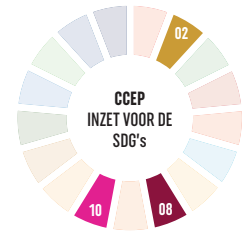
Scope 2-cijfers omvatten indirecte bronnen van uitstoot zoals de gekochte elektriciteit die we op onze locaties gebruiken. Hierover rapporteren we volgens zowel een locatiegebaseerde als een marktgebaseerde benadering. Toezeggingen en KPI's worden met behulp van de marktgebaseerde benadering gevolgd.

Scope 3-cijfers omvatten de uitstoot die verband houdt met de verpakkingen die we op de markt brengen en de ingrediënten die we in onze producten gebruiken. Ze omvatten ook indirecte bronnen die verband houden met de elektriciteit die door onze koel- en koffie-apparatuur bij onze klanten wordt verbruikt, zakelijke trein- en vlieguren van onze medewerkers, uitstoot door watervoorziening en de behandeling van afvalwater, uitstoot door de behandeling van afval, brandstof gebruikt door onze externe distributeurs en andere energieregelateerde uitstoot die niet is meegenomen onder Scope 1 en 2 (bijv. uitstoot van bron tot tank en transport en distributie).

De gebruikte emissiefactoren omvatten mede sector- en leveranciersgegevens en emissiefactoren van Defra/BEIS (2019) en IEA (2017). Van de ecologische voetafdruk van onze belangrijkste bedrijfsactiviteiten is 1,04% gebaseerd op geschatte uitstoot (bijv. gehuurde kantoren waarvan de energierekening of het locatie-oppervlak niet beschikbaar zijn). De cijfers over 2019 in tabel 1 zijn, evenals bepaalde informatie op onze website, onderworpen aan onafhankelijke verificatie door DNV GL conform de ISAE 3000-norm. De volledige verificatieverklaring, met de reikwijdte van het werk van DNV GL en de grondslag voor de conclusie, zal in mei 2020 op onze website worden gepubliceerd.

Actie ten aanzien van de toeleveringsketen

Bevolkingsgroei, een toegenomen vraag naar levensmiddelen en klimaatverandering zetten onze toeleveringsketens steeds verder onder druk. We spannen ons in om onze landbouwingrediënten en grondstoffen duurzaam en op verantwoorde wijze in te kopen.



02 > GEEN HONGER

08 > WAARDIG WERK EN ECONOMISCHE GROEI

10 > ONGELIJKHEID VERMINDEREN

Onze strategie

Bij het maken van onze dranken moeten we ervoor zorgen dat alle ingrediënten die we gebruiken, waaronder water, suikerbiet, suikerriet, koffie, thee en vruchtensappen, van hoge kwaliteit zijn en duurzaam worden ingekocht. Voor het maken van onze verpakkingen gebruiken we ook andere grondstoffen, zoals pulp en papier. Samen met TCCC hebben we de toezegging gedaan dat we ervoor zullen zorgen dat 100% van onze belangrijkste landbouwingrediënten en grondstoffen duurzaam worden ingekocht.

Daarnaast hebben we de plicht de mensenrechten van iedereen die werkzaam is in onze volledige toeleveringsketen te respecteren en te beschermen. We zien erop toe dat onze leveranciers onze Code of Conduct respecteren en een positieve maatschappelijke impact hebben, in lijn met de 'leidende beginselen inzake bedrijfsleven en mensenrechten' van de Verenigde Naties, de 'verklaring inzake de fundamentele beginselen en rechten op het werk' van de Internationale Arbeidsorganisatie en het 'Global Compact'-initiatief van de Verenigde Naties.

Onze acties

We volgen onze voortgang door het meten van de naleving van onze Supplier Guiding Principles (SGP's), die gelden voor al onze leveranciers, en van onze Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGP's), die gelden voor onze leveranciers van belangrijke landbouwingrediënten en grondstoffen. We hebben toegezegd dat we ervoor zullen zorgen dat al onze leveranciers in 2020 aan deze beginselen zullen voldoen. In 2019 deden we 97% van onze uitgaven bij leveranciers die vallen onder onze SGP's. Daarnaast werd 96% van onze suiker en 100% van ons papier en onze pulp duurzaam ingekocht bij leveranciers die voldoen aan onze SAGP's.

We evalueren de prestaties en duurzaamheid van onze leveranciers via ons managementproces voor leveranciersrelaties. Voor onze eerstelijns leveranciers, die het meest essentieel zijn, voeren we een

beoordeling uit op basis van financiële waarde, efficiëntie, innovatie, risico en duurzaamheid. De duurzaamheidscomponent wordt beoordeeld door het onafhankelijke bedrijf EcoVadis, dat leveranciers beoordeelt aan de hand van criteria als milieu, CO₂-beheersing, mensenrechten en eerlijke bedrijfspraktijken.

In 2019 hebben we samen met EcoVadis de risico's per categorie in kaart gebracht om beter inzicht te krijgen in de risico's die verband houden met een bepaald(e) leverancier of ingrediënt. We hebben ons gericht op suiker, koffie en thee en hebben vervolgens een strategie ontwikkeld om duurzaamheidsrisico's te beheersen.

In vervolg op een Global Water Risk Assessment, uitgevoerd door TCCC in 2018, zijn we samen met onze leveranciers bezig met het nader evalueren van gegevens over watertekort en -kwaliteit in de belangrijkste gebieden waar we onze landbouwingrediënten vandaan halen. In vervolg daarop hebben we beheer- en responsplannen ontwikkeld die in ons duurzame landbouwprogramma zijn geïntegreerd.

Samen met TCCC ontwikkelen we inkooprichtlijnen om onze leveranciers van ingrediënten transparante criteria te bieden voor de duurzaamheidsstandaarden waaraan zij moeten voldoen en de wijzen waarop zij dit kunnen doen. In 2019 organiseerden we in samenwerking met Ailimpo - de brancheorganisatie van citroentelers in Murcia, Spanje - een bezoek van stakeholders aan de biologische citroenboomgaarden waarmee we sinds zeven jaar werken. De boeren worden aangemoedigd voor de natuurlijke omgeving te zorgen en de biodiversiteit te beschermen. Zij zijn nu een van de grootste leveranciers van biologische citroenen in Europa en dragen bij aan de productie van onze Honest Organic Lemonade.

In 2019 hebben we een Human Rights Risk Assessment uitgevoerd op basis van opvallende zaken die tijdens een serie workshops in 2018 naar voren kwamen. Dit hielp ons in kaart brengen wat we onder mensenrechten verstaan en vormde de basis van ons nieuwe Human Rights Action Plan.

LEES VERDER OP WWW.COCACOLAEP.COM/SUSTAINABILITY/THIS-IS-FORWARD/ACTION-ON-SUPPLY-CHAIN

TIJDENS ONZE EERSTE ONTMOETING, ZEVEN JAAR GELEDEN, BLEEF TCCC VOLHOUDEN DAT DUURZAAMHEID EN BIOLOGISCHE PRODUCTEN DE TOEKOMST ZIJN. ONZE SAMENWERKING HEEFT EEN BOOST GEGEVEN AAN DE DUURZAME EN BIOLOGISCHE CITROENTEELT IN MURCIA."

José Antonio Garcia Fernandez - Directeur Ailimpo - Spanje

Onze voortgang	2019	2018
Onze uitgaven bij leveranciers die vallen onder onze SGP's	97%	91%
Suiker afkomstig van leveranciers die onze SAGP's naleven	96%	88%