

Liderando el futuro
**para generar
valor
compartido**

- Nuestras marcas y categorías
- Nuestra gente
- Industria, clientes y 'partners'
- Medio ambiente
- Comunidad y ciudadanos
- Comunicación eficaz y ágil

06





Coca-Cola

Liderando el futuro

para generar valor compartido

Como parte de nuestra estrategia, en 2015 hemos contribuido activamente en las comunidades donde operamos, con la vocación de reforzar el apoyo ofrecido al deporte y la cultura, comprometidos con los sectores sociales más desfavorecidos y velando por el cuidado del medio ambiente, siempre desde la perspectiva de generar valor compartido.

La responsabilidad social es uno de los pilares básicos de nuestro modelo de negocio. Forma parte del funcionamiento interno. Nos guiamos por la ética, el respeto y la reciprocidad.

Nos esforzamos por ser parte activa del desarrollo de la sociedad, llevamos a cabo programas e iniciativas que fomentan el cuidado del medio ambiente. En particular, en las comunidades en las que estamos presentes, llevamos a cabo programas relacionados con la cultura, el deporte y el empoderamiento personal y profesional, apoyando la diversidad. También tenemos 11 proyectos medioambientales relacionados con nuestras áreas estratégicas de actuación.

Así, Coca-Cola Iberian Partners avanza cada año en su compromiso con la sociedad. Por eso, ponemos el acento en fomentar el bienestar y la calidad de vida de nuestra gente y de todos los grupos de interés en los que impactamos.

Los cinco pilares de nuestro Plan Estratégico de Reputación Corporativa

 <p>1</p> <p>NUESTRAS MARCAS Y CATEGORÍAS de productos son fundamentales en el marco de nuestra estrategia de negocio. Apoyamos y amplificamos las estrategias de marketing definidas por The Coca-Cola Company.</p>	 <p>2</p> <p>PARA NUESTRA GENTE construimos una cultura y valores propios, haciendo de cada empleado un embajador de la compañía, contribuyendo a su desarrollo profesional y a la mejora de su calidad de vida.</p>	 <p>3</p> <p>A LA INDUSTRIA, CLIENTES Y 'PARTNERS' les ofrecemos una alta calidad de servicio y asesoramiento, trabajando para ser el proveedor preferido y un referente en la industria.</p>	 <p>4</p> <p>Interactuamos con la máxima responsabilidad con NUESTRO MEDIO AMBIENTE y nos comprometemos a desempeñar una gestión sostenible del negocio para contribuir al logro de una sociedad mejor.</p>	 <p>5</p> <p>PARA NUESTRA COMUNIDAD Y CIUDADANOS orientamos todos los esfuerzos para contribuir a la construcción de la mejora social de nuestras comunidades a través de programas culturales, deportivos y de capacitación.</p>
---	---	--	---	--

Grupos de interés

Impulsamos y participamos en diversas iniciativas dirigidas a la sociedad en su conjunto, capaces de alcanzar a nuestros distintos grupos de interés:

- Empleados y colaboradores.
- Consumidores, clientes y diferentes entidades.



Nuestro foco en la generación de valor nos ha permitido obtener sólidos resultados de negocio

Nuestras marcas y categorías

Impulsamos los proyectos clave



A lo largo de 2015, Coca-Cola Iberian Partners apoyó y dimensionó los proyectos clave a nivel de marcas y categorías, como la estrategia de Marca Única o el lanzamiento de la innovadora botella Contour, a través de acciones locales relacionadas con patrocinio deportivo y eventos musicales.

Deporte y Contour

En mayo, los jugadores de varios equipos de fútbol de Primera y Segunda División participaron en el lanzamiento de la nueva botella Contour de Coca-Cola con la firma de algunos ejemplares del mítico envase, que recupera los elementos más icónicos de la botella original, como su forma, su simplicidad o su logotipo, pero con un toque modernizado.

Un acontecimiento de carácter histórico dentro de la nueva estrategia de Marca Única que Coca-Cola Iberian Partners ha puesto en marcha y que extiende toda

Coca-Cola Iberian Partners apoyó el lanzamiento de la icónica botella Contour con diversas acciones solidarias gracias a su estrecha relación con el mundo del deporte y el compromiso con la sociedad

la iconicidad de Coca-Cola a todas sus variedades bajo una única identidad y comunicación común.

Subasta 'Botella Solidaria'

El apoyo al lanzamiento de la Contour continuó en Navidad con la iniciativa 'Botella Solidaria', una subasta *online* de 29 botellas exclusivas, firmadas por ídolos futbolísticos de Primera y Segunda División.

Lo recaudado en la subasta se transformó en más de 12 toneladas de alimentos entregados a la Federación Española de

Bancos de Alimentos (FESBAL), quien los ha distribuido entre los 55 bancos que la integran y que están repartidos por todo el país para ayudar a las familias que lo necesitan.

Además, Coca-Cola donó por cada euro recaudado un litro de bebida, alcanzando los 5.500 litros, lo que ha ayudado a complementar la cesta básica de alimentos que se distribuyó entre las familias con escasos recursos.

Comprometidos con el deporte



El fomento del deporte es parte del compromiso de Coca-Cola Iberian Partners con las comunidades en las que opera. Por ello, promovemos diferentes programas y actividades que fomentan el ejercicio físico y la práctica del deporte.

La vinculación de la compañía con el deporte es histórica: abarca desde el deporte de base y aficionado hasta una presencia activa en el deporte profesional.

Así, en 2015, Coca-Cola Iberian Partners ha estado presente en más de 9.977 eventos deportivos de diversas modalidades repartidos por toda la geografía española.

Además de patrocinar equipos de fútbol de primera y segunda división española y con otras competiciones de la Liga de Fútbol profesional, colabora con equipos de la liga ACB de baloncesto y con las



principales competiciones de tenis, balonmano, pádel, ciclismo, running o triatlón.

Entre otros eventos, la compañía participa en maratones y medias maratones, vueltas ciclistas regionales y numerosos acontecimientos locales.

Colaboramos con innumerables maratones en España, como los de Valencia, Barcelona, Sevilla, Bilbao, etc. En la actualidad, además de colaborar en las promociones en redes sociales, proyectamos acciones conjuntas con otros *partners* y contamos con la implicación, cada vez más numerosa, de nuestros empleados.

Coca-Cola Iberian Partners también impulsa iniciativas junto a The Coca-Cola Company, como la Copa Coca-Cola, que en 2015



reunió a 5.000 equipos y cerca de 100.000 jugadores de toda España con edades comprendidas entre los 14 y los 16 años.

Asimismo, patrocinamos instalaciones deportivas y de ocio, como el Palacio de Deportes de Madrid, el Palau Sant Jordi y el Anillo Olímpico de Barcelona, las principales estaciones de esquí del Pirineo, Cantabria y Sierra Nevada o los circuitos de velocidad de Motorland, Montmeló, Cheste y Jerez.

+5K
EQUIPOS DE
TODA ESPAÑA



+100K
JUGADORES DE
ENTRE 14 Y 16 AÑOS

Promocionamos el talento y la creatividad musical

Coca-Cola Iberian Partners realiza una intensa actividad para difundir la música.

Nuevos talentos

La compañía está comprometida con la promoción de la música y el apoyo al talento de los más jóvenes a través de iniciativas como Coca-Cola Concerts Club, un concurso que ofrece la oportunidad a nuevos artistas de subirse al escenario como teloneros de algunos de los grupos más reconocidos en el circuito de salas de conciertos.

Música alternativa

En línea con el compromiso con la música alternativa, Coca-Cola Iberian Partners busca también ofrecer una oportunidad a grupos nacionales independientes y conocidos por el público a través de Pop&Dance, uno de los ciclos de conciertos más interesantes que tienen lugar en Madrid, con decenas de artistas que llenan de música la sala Joy Eslava.

Festivales

Además, en 2015 colaboramos activamente en los principales festivales del país. Entre ellos, Arenal Sound (Burriana), FIB (Benicàssim), Bilbao BBK Live (Bilbao), Crülla, Primavera Sound y Sónar (Barcelona), Contemporánea (Alburquerque y Badajoz), Sonorama Ribera (Aranda de Duero), Monegros Desert Festival (Huesca) y Aquasella (Cangas de Onís y Arriondas).

La botella Contour llegó también a los festivales, donde, en zonas específicas, se montaron activaciones de 'perfect serve'



EN 2015 HEMOS PARTICIPADO EN

3.989

ACTIVIDADES CULTURALES

Nuestra gente

Valores compartidos

Tal y como se ha detallado en el capítulo dedicado a nuestro equipo (pág. 22), los principales planes de comunicación interna se han desarrollado en tres líneas: Ambassador, Programa de liderazgo y Canales (revista 'Executive Approach' e intranet).

Pilares de Comunicación Interna 2015



Industria, clientes y 'partners'

Una historia de colaboración mutua



En Coca-Cola Iberian Partners estamos centrados en identificar las necesidades de nuestros clientes y desarrollar una relación proactiva de *partnership*, buscando siempre satisfacer sus preferencias a través de soluciones innovadoras.

Nuestro objetivo es convertirnos en el proveedor preferido de nuestros clientes y ser un referente en la industria.

Presentación de la Contour junto a las asociaciones de hosteleros

Entre junio y octubre, la nueva botella Contour se ha presentado en las plantas de La Coruña, Bilbao, Barcelona, Sevilla y Canarias. En León, en el Palacio del Conde Luna; en Madrid, en CASADECOR; en Ávila, en el Palacio de Congresos; en Valladolid, en el Teatro Calderón y, en Palma, en la sede de la CAEB.



La nueva botella Contour, directa al corazón de cada bar

En 2015, la mítica botella de vidrio Contour cumplió 100 años. Coincidiendo con esta fecha, Coca-Cola ha decidido recuperar aquella botella icónica de 1915 y lanzarla, en exclusiva, en nuestro país.

Dada la envergadura del proyecto se ha reforzado el apoyo que en los últimos años viene desarrollando en el canal Horeca (hostelería, bares y restaurantes) y se ha iniciado el lanzamiento de la nueva botella en exclusiva en este canal.

El compromiso con la hostelería en España se viene demostrando desde hace años con diversas iniciativas. Entre ellas, destacan la creación de la app *What's Red* o la campaña *Benditos Bares* que sirvió para poner en valor el papel social y económico de la hostelería y aumentar la afluencia a los establecimientos hosteleros.

Durante 2015, Coca-Cola Iberian Partners ha realizado presentaciones en distintas ciudades españolas junto a las principales asociaciones de hostelería en todo el territorio, tanto en las plantas como en las sedes de las propias asociaciones.

Este proyecto ha nacido para que Coca-Cola siga creciendo junto con la hostelería, llegando al corazón de cada bar y de cada consumidor.

Medio ambiente

Una huella positiva en nuestro entorno

Coca-Cola Iberian Partners está constantemente buscando innovar en materia de eficiencia energética y reducción de consumo de agua y emisiones contaminantes en los procesos productivos y de distribución.

El objetivo es contribuir a mejorar y minimizar el impacto de nuestra actividad en las comunidades en las que operamos. Día a día trabajamos para minimizar cualquier posible impacto ambiental y para mejorar las condiciones sociales de nuestra cadena de valor.

Libro Verde

La estrategia ambiental de la compañía ha quedado reflejada en nuestro proyecto estrella, el *Libro Verde*, que recoge nuestra estrategia y objetivos, así como 80 medidas de actuación hasta el 2020 en materia ambiental. Es un instrumento vivo y un catalizador para potenciar la relación y el *engagement* con nuestros grupos de interés.

El 'Libro Verde' es la herramienta clave sobre la que se asienta nuestra estrategia ambiental, que establece objetivos con la mirada puesta en 2020



Hitos 2015

Barclaycard Center

Barclaycard Center de Madrid, con la colaboración de Coca-Cola Iberian Partners, ha conseguido mejorar la recogida selectiva y facilitar el reciclaje durante los eventos que se celebran en el recinto. El alcance de esta propuesta se centró en la gestión de los envases ligeros, el papel y el cartón, con el objetivo de separar y enviar a plantas de reciclaje el total de residuos generados por los más de 1.500.000 espectadores que lo visitan. Gracias a esta apuesta, Barclaycard Center dispone de 120 nuevas papeleras cada año: 60 amarillas en las que se pueden depositar los envases ligeros y otras 60 azules donde separar los residuos sólidos urbanos. Todas ellas están realizadas en materiales sostenibles y el modelo elegido, al tener el cuerpo transparente, es de máxima seguridad.



Córneres de reciclaje

En el último año hemos instalado, en festivales y eventos, córneres de reciclaje que facilitan la recogida de residuos durante los mismos.

#UnMillónPorElClima

El proyecto #UnMillónPorElClima nace en 2015 con el objetivo de lograr reunir 1 millón de compromisos por el clima.

Para ello, Coca-Cola Iberian Partners, de la mano de The Coca-Cola Company, creó la plataforma web en la que se pueden registrar los compromisos de cualquier ciudadano, empresa, asociación, colegio, universidad, medio de comunicación, etc.

Se trata de un proyecto en el que se buscó involucrar a empresas, administraciones públicas, entidades sociales, ciudadanos y medios de comunicación en la lucha contra el cambio climático.

Una vez recopilados los compromisos, se presentaron en la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CO21), que se celebró en París en diciembre de 2015 y donde representantes de 198 países buscaron alianzas para llegar a un nuevo acuerdo climático internacional que sustituya al Protocolo de Kioto.

Comunidad y ciudadanos

Trabajamos de la mano con la sociedad

Cada año, en Coca-Cola Iberian Partners unimos esfuerzos, compromiso e ilusión para trabajar en diversos proyectos e iniciativas que promueven el desarrollo, progreso y bienestar de nuestra comunidad.

En 2015, y como muestra de este compromiso, hemos desarrollado 17.481 actividades de carácter social, deportivo, cultural y medioambiental.

Con el impulso de estas actividades respondemos al objetivo común de generar valor a las comunidades en las que operamos.



En 2015 hemos desarrollado 17.481 actividades de carácter social, deportivo, cultural y medioambiental

Los eventos 2015, en datos

17.481
actividades



9.977

INICIATIVAS DE
FOMENTO DEL
DEPORTE



3.989

ACTIVIDADES
CULTURALES



1.257

ACTIVIDADES
SOLIDARIAS



2.258

ACTIVIDADES DE
OTRO TIPO

Proyectos de la Fundación Coca-Cola



Coca-Cola Iberian Partners colabora, junto a la Fundación Coca-Cola, en una intensa actividad de difusión de la cultura. Nuestro empeño es fomentarla en las sociedades donde estamos presentes

Premios Buero de Teatro Joven

Los Premios Buero de Teatro Joven llegan a su 12ª edición. Creados para dar apoyo y divulgar el trabajo de numerosos grupos de teatro joven, este año ha registrado una participación de 338 grupos. En total, 700 jóvenes formaron parte de esta experiencia en 2015.

338

GRUPOS
DE TEATRO

700

JÓVENES
PARTICIPANTES

LV Concurso Coca-Cola Jóvenes Talentos de Relato Corto

El Concurso Coca-Cola Jóvenes Talentos de Relato Corto cumple 55 ediciones y se ha convertido en uno de los premios literarios más longevos de España, de la mano de más de 10 millones de chicos y chicas que una vez soñaron con ser escritores. En su más de medio siglo de vida, el concurso se ha mantenido siempre fiel a un objetivo: que los estudiantes de nuestro país se inspiren y se expresen escribiendo.



EN 2015 HAN
PARTICIPADO

12.347

ESTUDIANTES
Y

2.387

CENTROS
ESCOLARES

DIVERSIDAD

5by20, apoyando a millones de mujeres

En 2012 se puso en marcha la iniciativa global 5by20, con la que The Coca-Cola Company se comprometía a ayudar a 5 millones de mujeres vinculadas a su cadena de valor global antes del año 2020.

En Coca-Cola Iberian Partners nos hemos sumado a esta iniciativa que, bajo la premisa de que las mujeres constituyen uno de los pilares básicos del desarrollo económico mundial, ha conseguido en seis años favorecer el apoyo económico a más de 1,2 millones de mujeres en todo el mundo, desde agricultoras a proveedoras, distribuidoras, artesanas o dueñas de bares y tiendas de alimentación.

+1,2 millones

La iniciativa 5by20 llega a más de 1,2 millones de mujeres emprendedoras en todo el mundo



EMPLEABILIDAD

Gira 2015, nuevas oportunidades laborales

El proyecto GIRA 2015, impulsado por Coca-Cola y destinado a ofrecer nuevas oportunidades formativas a los jóvenes para facilitar la inserción en el mundo laboral, cierra el año con 2.100 jóvenes participantes.

En total, se han impartido 187.000 horas de formación y 213 experiencias laborales, lo que ha permitido capacitar a un 73% de los participantes a retomar sus estudios y a un 27% de los mismos a encontrar su primer trabajo.

La iniciativa combina talleres, clases de formación, refuerzo personal, orientación laboral y experiencia. Todo ello, bajo la supervisión de profesionales que les ayudan a descubrir sus propios recursos para poder enfrentarse al mundo laboral.

El mundo de la música, el teatro, el deporte y la restauración son algunos de los ámbitos donde el colectivo juvenil disfruta de la experiencia de trabajar y aprender junto a profesionales de estos sectores.

2.100
JÓVENES PARTICIPANTES

213
EXPERIENCIAS LABORALES

187k
HORAS DE FORMACIÓN

73%
DE LOS PARTICIPANTES FORMADOS

VISITAS A FÁBRICA

La 'magia' continúa en 2015

Desde que se iniciaron las visitas a fábrica, 10 millones de personas han pasado por las plantas de Coca-Cola en España, 70.000 en 2015. El trabajo de los responsables de visitas a fábrica es transmitir la magia de Coca-Cola. Y lo consiguen con experiencia, buen hacer y emoción.

Escolares y universitarios, pero también medios de comunicación, ayuntamientos, asociaciones de vecinos y consumidores, equipos deportivos y fundaciones han pasado por nuestras instalaciones.

Coca-Cola Iberian Partners mantiene una política de puertas abiertas en el convencimiento de que las visitas a sus fábricas son enriquecedoras tanto para la propia compañía como para quienes acuden a sus instalaciones.

70.000
visitantes en 2015



Comunicación eficaz y ágil

Mantenemos a nuestros públicos informados

En 2015 hemos continuado trabajando para garantizar una comunicación de la compañía ágil y fluida con los diferentes públicos a los que nos dirigimos.

A través de los canales de comunicación de Coca-Cola Iberian Partners hemos dado apoyo en la amplificación de proyectos claves, a través de los medios propios –como la web o las redes sociales– y medios externos.

La nueva web, basada en el modelo de reputación corporativa, ha registrado 119.238 visitas únicas (creciendo más de un 10% respecto a 2014) y cerca de 316.000 páginas vistas. Los países desde los que más usuarios nos visitaron fueron España, Portugal, Reino Unido, EE. UU. y Alemania.

El blog de Zona Coca-Cola acumula unas 304.000 visitas únicas y cerca de 454.000 páginas vistas, lo que nos indica el éxito de un blog que mantiene a los seguidores informados puntualmente de las novedades de la actividad local con la que Coca-Cola Iberian Partners colabora.

El plan de comunicación digital innova cada día en las redes sociales. En 2015, a través del perfil 'Zona Coca-Cola' en Twitter y Facebook, se han desarrollado promociones y eventos de forma permanente, creciendo en número de seguidores.

La comunicación externa, en datos

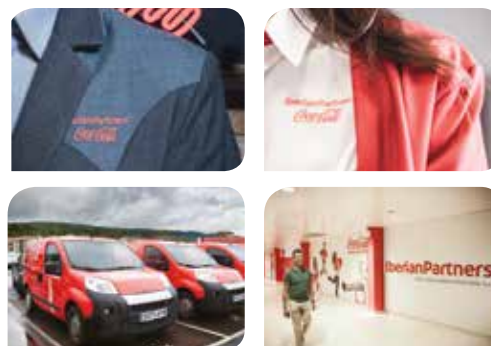


Imagen corporativa

En 2015 se ha implementado el cambio de imagen corporativa en todas las instalaciones, nuevas oficinas, flota de vehículos y papelería.

Canales

