

A liderar o futuro  
**para criar valor  
partilhado**

- As nossas marcas e categorias
- A nossa gente
- Indústria, clientes e parceiros
- Meio ambiente
- Comunidade e cidadãos
- Comunicação eficaz e ágil

**06**





Coca-Cola

# A liderar o futuro

## para criar valor partilhado

Como parte integrante da nossa estratégia, em 2015 contribuímos ativamente nas comunidades onde operamos, com a vocação de reforçar o apoio oferecido ao desporto e à cultura, comprometidos com os setores sociais mais desfavorecidos e zelando pelo cuidado do meio ambiente, sempre a partir da perspetiva da criação de valor partilhado.

A responsabilidade social é um dos pilares básicos do nosso modelo de negócio. Faz parte do funcionamento interno. Guiamo-nos pela ética, pelo respeito e pela reciprocidade.

Esforçamo-nos para sermos parte ativa do desenvolvimento da sociedade, levamos a cabo programas e iniciativas que fomentam o cuidado do meio ambiente. Em particular, nas comunidades em que estamos presentes, executamos programas relacionados com a cultura, o desporto e a capacitação pessoal e profissional, apoiando a diversidade. Também temos 11 projetos ambientais relacionados com as nossas áreas estratégicas de atuação.

Desta forma, a Coca-Cola Iberian Partners avança todos os anos no seu compromisso para com a sociedade. Por isso, colocamos a tónica no fomento do bem-estar e da qualidade de vida dos nossos funcionários e de todos os grupos de interesse em que temos impacto.

## Os cinco pilares do nosso Plano Estratégico de Reputação Corporativa

 <p><b>1</b></p> <p><b>AS NOSSAS MARCAS E CATEGORIAS</b></p> <p>de produtos são fundamentais no quadro da nossa estratégia de negócios. Apoiamos e amplificamos as estratégias de marketing definidas pela The Coca-Cola Company.</p>	 <p><b>2</b></p> <p><b>PARA A NOSSA GENTE</b> construímos uma cultura e valores próprios, fazendo de cada empregado um embaixador da empresa, contribuindo para o seu desenvolvimento profissional e para a melhoria da sua qualidade de vida.</p>	 <p><b>3</b></p> <p><b>À INDÚSTRIA, CLIENTES E PARCEIROS</b> oferecemos uma alta qualidade de serviço e assessoria, trabalhando para sermos o fornecedor preferido e uma referência na indústria.</p>	 <p><b>4</b></p> <p>Interagimos com a máxima responsabilidade com <b>O NOSSO MEIO AMBIENTE</b> e comprometemo-nos a desempenhar uma gestão sustentável do negócio para contribuirmos para o êxito de uma sociedade melhor.</p>	 <p><b>5</b></p> <p><b>PARA A NOSSA COMUNIDADE E CIDADÃOS</b> orientamos todos os esforços para contribuirmos para a construção da melhoria social das nossas comunidades, através de programas culturais, desportivos e de capacitação.</p>
--	---	--	--	---

### Grupos de interesse

Impulsionamos e participamos em diversas iniciativas destinadas à sociedade no seu conjunto, capazes de alcançar os nossos diferentes grupos de interesse:

- Empregados e colaboradores.
- Consumidores, clientes e diferentes entidades.



O nosso enfoque na criação de valor permitiu-nos a obtenção de sólidos resultados de negócio

## **nossas marcas e categorias** Impulsionamos os projetos chave



Ao longo de 2015, a Coca-Cola Iberian Partners apoiou e dimensionou os projetos chave a nível de marcas e categorias, como a estratégia de Marca Única ou o lançamento da inovadora garrafa Contour, através de ações locais relacionadas com patrocínio desportivo e eventos musicais.

A Coca-Cola Iberian Partners apoiou o lançamento da icónica garrafa Contour com diversas ações solidárias, graças à sua estreita relação com o mundo do desporto e ao compromisso para com a sociedade

### **Desporto e Contour**

Em maio, os jogadores de várias equipas de futebol da Primeira e Segunda Divisões participaram no lançamento da nova garrafa Contour da Coca-Cola com a assinatura de alguns exemplares da mítica embalagem, que recupera os elementos mais icónicos da garrafa original, como a sua forma, a sua simplicidade ou o seu logótipo, mas com um toque modernizado.

Um acontecimento de carácter histórico no âmbito da nova estratégia de Marca Única que a Coca-Cola Iberian Partners pôs em funcionamento e que alarga toda a iconicidade da Coca-Cola a todas as suas

variedades sob uma única identidade e comunicação comum.

### **Leilão 'Garrafa Solidária'**

O apoio ao lançamento da Contour continuou no Natal com a iniciativa 'Garrafa Solidária', um leilão *online* de 29 garrafas exclusivas, assinadas por ídolos futebolísticos da Primeira e Segunda Divisões.

As receitas do leilão foram transformadas em mais de 12 toneladas de alimentos entregues à Federação Espanhola de Bancos Alimentares (FESBAL), que os

distribuiu pelos 55 bancos que a compõem e que estão distribuídos por todo o país, para ajudarem as famílias necessitadas.

Além disso, a Coca-Cola doou, por cada euro cobrado, um litro de bebida, tendo alcançado os 5.500 litros, o que ajudou a complementar a cesta básica de alimentos que foi distribuída pelas famílias com poucos recursos.

## Comprometidos com o desporto



O incentivo do desporto faz parte do compromisso da Coca-Cola Iberian Partners para com as comunidades em que opera. Por isso, promovemos diferentes programas e atividades que fomentam o exercício físico e a prática do desporto.

A vinculação da empresa ao desporto é histórica: abrange desde o desporto de base e amador até uma presença ativa no desporto profissional.

Desta forma, em 2015, a Coca-Cola Iberian Partners esteve presente em mais de 9.977 eventos desportivos de diversas modalidades, distribuídos por todo o território espanhol.

Além de patrocinarmos equipas de futebol da primeira e segunda divisões espanholas e outras competições da Liga de Futebol profissional, colaboramos



com equipas da liga ACB de basquetebol e com as principais competições de ténis, andebol, paddle, ciclismo, running ou triatlo.

Entre outros eventos, a empresa participa em maratonas e meias maratonas, competições de ciclismo regionais e numerosos eventos locais.

Colaboramos com inúmeras maratonas em Espanha, como as de Valência, Barcelona, Sevilha, Bilbao, etc. Atualmente, além de colaborarmos nas promoções em redes sociais, projetamos ações conjuntas com outros *parceiros* e temos o envolvimento, cada vez mais numeroso, dos nossos empregados.

A Coca-Cola Iberian Partners também impulsiona iniciativas juntamente com a The Coca-Cola Company, como a



Taça Coca-Cola, que em 2015 reuniu 5.000 equipas e cerca de 100 000 jogadores de toda a Espanha com idades compreendidas entre os 14 e os 16 anos.

De igual modo, patrocinamos instalações desportivas e de lazer, como o Palácio do Desportos de Madrid, o Palau Sant Jordi e o Anel Olímpico de Barcelona, as principais estações de esqui dos Pirinéus, Cantábria e Sierra Nevada ou os circuitos de velocidade de Motorland, Montmeló, Cheste e Jerez.

**+5 000**  
EQUIPAS DE TODA  
A ESPANHA



**+100 000**  
JOGADORES DE 14  
A 16 ANOS

## Promovemos o talento e a criatividade musical

A Coca-Cola Iberian Partners desenvolve uma intensa atividade para difundir a música.

### **Novos talentos**

A empresa está comprometida com a promoção da música e o apoio ao talento dos mais jovens, através de iniciativas como o Coca-Cola Concerts Club, um concurso que oferece a oportunidade a novos artistas de subirem ao palco para abrirem shows de alguns dos grupos mais reconhecidos no circuito de salas de concertos.

### **Música alternativa**

Em linha com o compromisso para com a música alternativa, a Coca-Cola Iberian Partners também procura oferecer uma oportunidade a grupos nacionais independentes e conhecidos do público através de Pop&Dance, um dos ciclos de concertos mais interessantes que têm lugar em Madrid, com dezenas de artistas que enchem de música a sala Joy Eslava.

### **Festivais**

Além disso, em 2015 colaborámos ativamente com os principais festivais do país. Entre eles, Arenal Sound (Burriana), FIB (Benicássim), Bilbao BBK Live (Bilbau), Crúilla, Primavera Sound e Sónar (Barcelona), Contemporánea (Alburquerque e Badajoz), Sonorama Ribera (Aranda de Duero), Monegros Desert Festival (Huesca) e Aquasella (Cangas de Onís e Ariondas).

A garrafa Contour também chegou aos festivais, onde, em zonas específicas, se montaram ativações de 'perfect serve'



**EM 2015  
PARTICIPAMOS EM**

**3 989**

**ATIVIDADES  
CULTURAIS**

## A nossa gente

### Valores partilhados

Tal como detalhado no capítulo dedicado à nossa equipa (pág. 22), os principais planos de comunicação interna foram desenvolvidos em três linhas: Ambassador, Programa de liderança e Canais (revista 'Executive Approach' e intranet).

#### Pilares de Comunicação Interna 2015





## Indústria, clientes e parceiros

### Uma história de colaboração mútua



Na Coca-Cola Iberian Partners estamos centrados na identificação das necessidades dos nossos clientes e no desenvolvimento de uma relação pró-ativa de *parceria*, procurando satisfazer sempre as suas preferências através de soluções inovadoras.

O nosso objetivo é converter-nos no fornecedor preferido dos nossos clientes e sermos uma referência na indústria.

### Apresentação da Contour juntamente com as associações de hoteleiros

Entre junho e outubro, a nova garrafa Contour foi apresentada nas instalações da Corunha, Bilbao, Barcelona, Sevilha e Canárias. Em Leão, no Palácio do Conde Luna; em Madrid, na CASADECOR; em Ávila, no Palácio dos Congressos; em Valladolid, no Teatro Calderón e, em Palma, na sede da CAEB.



### A nova garrafa Contour, direta ao coração de cada bar

Em 2015, a mítica garrafa de vidro Contour completou 100 anos. Coincidindo com esta data, a Coca-Cola decidiu recuperar aquela garrafa icónica de 1915 e lançá-la, exclusivamente, no nosso país.

Dada a envergadura do projeto, reforçou-se o apoio que nos últimos anos tem vindo a desenvolver no canal Horeca (hotelaria, bares e restaurantes) e iniciou-se o lançamento da nova garrafa exclusivamente neste canal.

O compromisso para com a hotelaria em Espanha tem vindo a ser demonstrado há anos com diversas iniciativas. De entre elas destaca-se a criação da app *What's Red* ou a campanha *Benditos Bares* que serviu para valorizar o papel social e económico da hotelaria e aumentar a afluência aos estabelecimentos hoteleiros.

Durante 2015, a Coca-Cola Iberian Partners efetuou apresentações em diferentes cidades espanholas juntamente com as principais associações de hotelaria em todo o território, tanto nas instalações como nas sedes das próprias associações.

Este projeto nasceu para que a Coca-Cola continuasse a crescer juntamente com a hotelaria, chegando ao coração de cada bar e de cada consumidor.

## Meio ambiente

### Uma pegada positiva no nosso ambiente

A Coca-Cola Iberian Partners procura constantemente inovar em matéria de eficiência energética e redução do consumo de água e emissões contaminantes nos processos de produção e de distribuição.

O objetivo é contribuir para melhorar e minimizar o impacto da nossa atividade nas comunidades em que operamos. Dia a dia, trabalhamos para minimizar qualquer eventual impacto ambiental e para melhorar as condições sociais da nossa cadeia de valor.

#### Livro Verde

A estratégia ambiental da empresa ficou refletida no nosso projeto estrela, o *Livro Verde*, que regista a nossa estratégia e objetivos, assim como 80 medidas de atuação até 2020 em matéria ambiental. É um instrumento vivo e um catalisador para potenciar a relação e o *engagement* com os nossos grupos de interesse.

O 'Livro Verde' é a ferramenta chave sobre a qual assenta a nossa estratégia ambiental, que estabelece objetivos com o olhar posto em 2020



## Sucessos 2015

### Barclaycard Center

O Barclaycard Center de Madrid, com a colaboração da Coca-Cola Iberian Partners, conseguiu melhorar a recolha seletiva e facilitar a reciclagem durante os eventos que se realizam no recinto. O alcance desta proposta centrou-se na gestão das embalagens leves, do papel e do cartão, tendo por objetivo separar e enviar para instalações de reciclagem o total de resíduos criados pelos mais de 1 500 000 espetadores que o visitam. Graças a esta aposta, o Barclaycard Center dispõe de 120 novas papeleiras cada ano:

60 amarelas em que se podem depositar as embalagens leves e outras 60 azuis onde se podem separar os resíduos sólidos urbanos. Todas elas são feitas com materiais sustentáveis e o modelo escolhido, pelo facto de terem o corpo transparente, é da máxima segurança.



### Cantos de reciclagem

No último ano instalámos, em festivais e eventos, cantos de reciclagem que facilitam a recolha de resíduos durante os mesmos.

### #UnMillónPorElClima

O projeto *#UnMillónPorElClima* nasceu em 2015 tendo por objetivo conseguir reunir 1 milhão de compromissos pelo clima.

Para tal, a Coca-Cola Iberian Partners, por intermédio da The Coca-Cola Company, criou a plataforma web em que se podem registar os compromissos de qualquer cidadão, empresa, associação, escola, universidade, meio de comunicação, etc.

Trata-se de um projeto em que se procurou envolver empresas, administrações públicas, entidades sociais, cidadãos e meios de comunicação na luta contra as alterações climáticas.

Depois de compilados os compromissos, foram apresentados na Conferência das Partes da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança Climática (CO21), que se realizou em Paris em dezembro de 2015 e onde representantes de 198 países procuraram alianças para chegarem a um novo acordo climático internacional que substitua o Protocolo de Quioto.

## Comunidade e cidadãos

Trabalhamos de mãos dadas com a sociedade

Todos os anos, na Coca-Cola Iberian Partners unimos esforços, compromisso e entusiasmo para trabalharmos em diversos projetos e iniciativas que promovem o desenvolvimento, progresso e bem-estar da nossa comunidade.

Em 2015, e como prova deste compromisso, desenvolvemos 17 481 atividades de caráter social, desportivo, cultural e ambiental.

Com o desenvolvimento destas atividades respondemos ao objetivo comum de criar valor para as comunidades em que operamos.



Em 2015 desenvolvemos 17 481 atividades de caráter social, desportivo, cultural e ambiental

Os eventos 2015, em números

**17 481**  
atividades



**9 977**

INICIATIVAS DE  
FOMENTO DO  
DESPORTO



**3 989**

ATIVIDADES  
CULTURAIS



**1 257**

ATIVIDADES  
SOLIDÁRIAS



**2 258**

ATIVIDADES DE  
OUTRO TIPO

## Projetos da Fundação Coca-Cola



A Coca-Cola Iberian Partners colabora, juntamente com a Fundação Coca-Cola, numa intensa atividade de difusão da cultura. O nosso empenho consiste em fomentá-la nas sociedades onde estamos presentes.

### LV Concurso Coca-Cola Jovens Talentos de Contos

O Concurso Coca-Cola Jovens Talentos de Contos completa 55 edições e converteu-se num dos prémios literários mais antigos de Espanha, por intermédio de mais de 10 milhões de rapazes e raparigas que uma vez sonharam em ser escritores. No seu mais de meio século de vida, o concurso manteve-se sempre fiel a um objetivo: que os estudantes do nosso país se inspirem e se expressem escrevendo.



### Prémios Buero de Teatro Jovem

Os Prémios Buero de Teatro Jovem chegam à sua 12ª edição. Criados para darem apoio e divulgarem o trabalho de inúmeros grupos de teatro jovem, este ano registaram uma participação de 338 grupos. Ao todo, 700 jovens fizeram parte desta experiência em 2015.

# 338

GRUPOS  
DE TEATRO

# 700

JOVENS  
PARTICIPANTES

EM 2015  
PARTICIPARAM

# 12 347

ESTUDANTES  
E

# 2 387

CENTROS  
ESCOLARES

**DIVERSIDADE****5by20, a apoiar milhões de mulheres**

Em 2012 foi posta em funcionamento a iniciativa global 5by20, com a qual a The Coca-Cola Company se comprometeu a ajudar 5 milhões de mulheres vinculadas à sua cadeia de valor global antes do ano de 2020.

Na Coca-Cola Iberian Partners juntámo-nos a esta iniciativa que, sob a premissa de que as mulheres constituem um dos pilares básicos do desenvolvimento económico mundial, conseguiu em seis anos disponibilizar o apoio económico a mais de 1,2 milhões de mulheres em todo o mundo, desde agricultoras até fornecedoras, distribuidoras, artesãs ou donas de bares e lojas de alimentação.

**+1,2 milhões**

A iniciativa 5by20 chega a mais de 1,2 milhões de mulheres empreendedoras em todo o mundo

**EMPREGABILIDADE****Gira 2015, novas oportunidades laborais**

O projeto GIRA 2015, impulsionado pela Coca-Cola e destinado a oferecer novas oportunidades formativas aos jovens para facilitar a inserção no mundo laboral, encerra o ano com 2 100 jovens participantes.

Ao todo, foram ministradas 187 000 horas de formação e 213 experiências laborais, o que permitiu a capacitação de 73% dos participantes para retomarem os seus estudos e de 27% dos mesmos para encontrarem o seu primeiro trabalho.

A iniciativa combina workshops, aulas de formação, reforço pessoal, orientação laboral e experiência, sob a supervisão de profissionais que os ajudam a descobrir os seus próprios recursos para poderem enfrentar o mundo laboral.

O mundo da música, do teatro, do desporto e da restauração são algumas das áreas onde o grupo juvenil desfruta da experiência de trabalhar e aprender junto a profissionais destes setores.

**2 100**  
**JOVENS PARTICIPANTES**

**213**  
**EXPERIÊNCIAS LABORAIS**

**187 000**  
**HORAS DE FORMAÇÃO**

**73%**  
**DOS PARTICIPANTES FORMADOS**

**VISITAS À FÁBRICA****A 'magia' continua em 2015**

Desde que as visitas à fábrica foram iniciadas, 10 milhões de pessoas passaram pelas instalações da Coca-Cola em Espanha, 70 000 em 2015. O trabalho dos responsáveis de visitas à fábrica consiste em transmitir a magia da Coca-Cola. E conseguem-no com experiência, saber-fazer e emoção.

Estudantes e universitários, mas também meios de comunicação, Câmaras Municipais, associações de moradores e consumidores, equipas desportivas e fundações passaram pelas nossas instalações.

A Coca-Cola Iberian Partners mantém uma política de portas abertas, convencida de que as visitas às suas fábricas são enriquecedoras, tanto para a própria empresa como para quem se dirige às suas instalações.

**70 000**  
**visitantes em 2015**



## Comunicação eficaz e ágil

### Mantemos os nossos públicos informados

Em 2015 continuámos a trabalhar para garantirmos uma comunicação da empresa ágil e fluida com os diferentes públicos aos quais nos dirigimos.

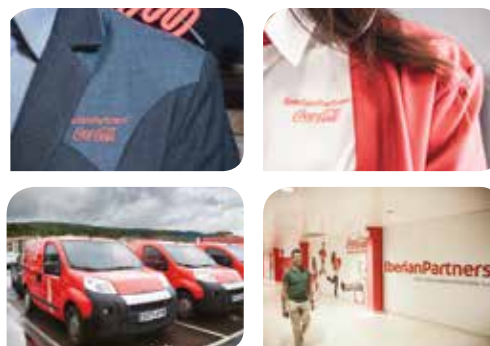
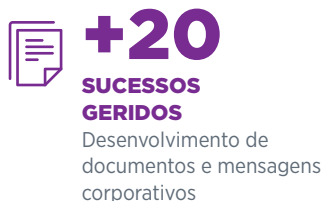
Através dos canais de comunicação da Coca-Cola Iberian Partners, demos apoio na amplificação de projetos chave, através dos meios próprios –como o sítio da Internet ou as redes sociais– e meios externos.

O novo sítio da Internet, baseado no modelo de reputação corporativa, registou 119 238 visitas únicas (tendo crescido mais de 10% em relação a 2014) e cerca de 316 000 páginas visitadas. Os países a partir dos quais mais utilizadores nos visitaram foram Espanha, Portugal, Reino Unido, E.U.A. e Alemanha.

O blogue da Zona Coca-Cola acumula cerca de 304 000 visitas únicas e cerca de 454 000 páginas visitadas, o que nos indica o êxito de um blogue que mantém os seguidores pontualmente informados sobre as novidades da atividade local com que a Coca-Cola Iberian Partners colabora.

O plano de comunicação digital inova todos os dias nas redes sociais. Em 2015, através do perfil 'Zona Coca-Cola' no Twitter e no Facebook, foram desenvolvidas promoções e eventos de forma permanente, crescendo em número de seguidores.

### A comunicação externa, em números



### Imagem corporativa

Em 2015 foi implementada a alteração de imagem corporativa em todas as instalações, novos escritórios, frota de veículos e papelaria.

### Canais

