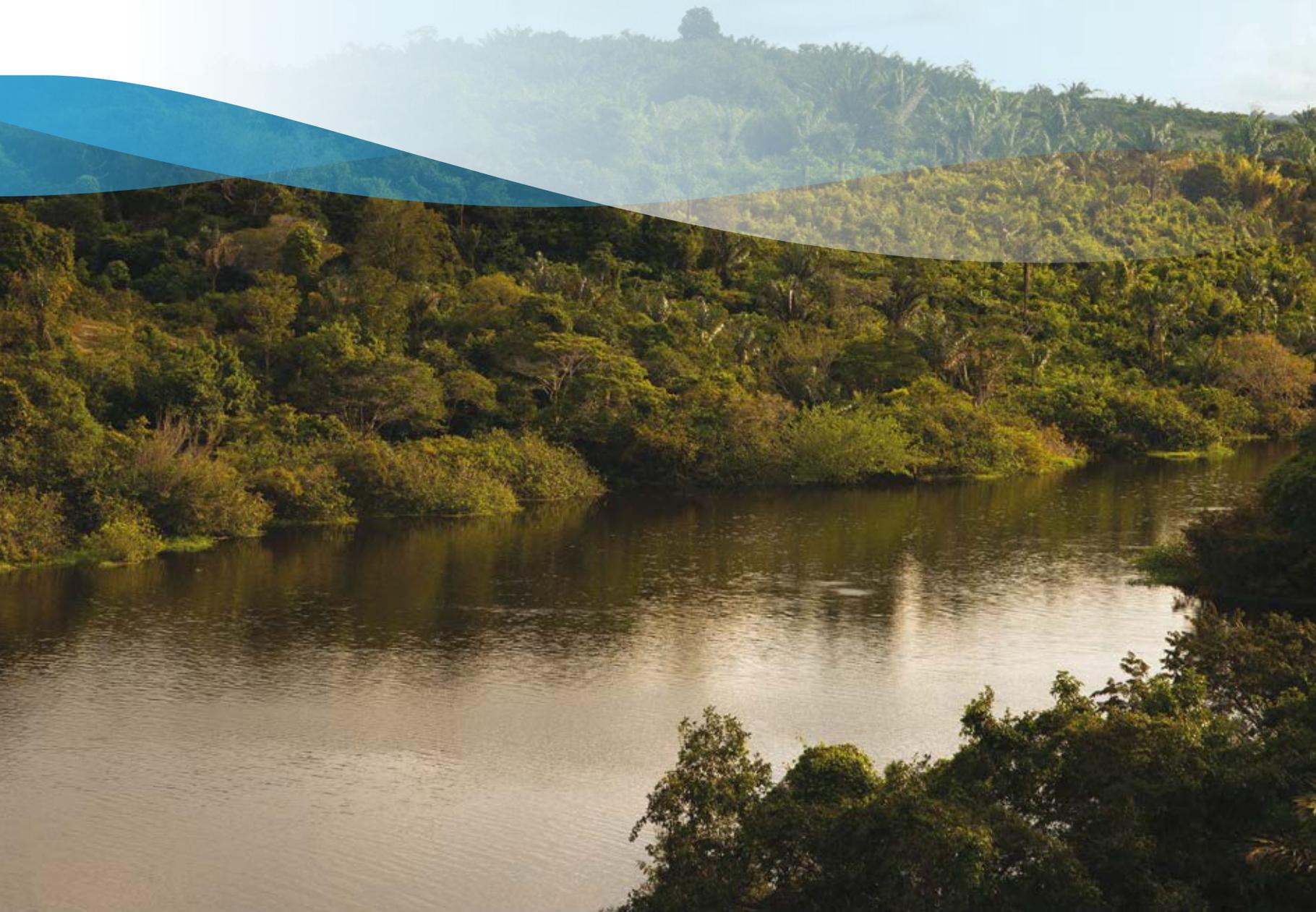


Coca-Cola Brasil

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2016



CAPA | Rio Paraná. Um dos afluentes do Rio Amazonas que permeia as comunidades produtoras de guaraná apoiadas pelo Programa Olhos da Floresta.

Coca-Cola® Brasil



Seu Chico da Mata (Francisco Origi Rossini) vem restaurando áreas de florestas ao redor de nascentes há mais de 30 anos. Ele é um dos produtores rurais que faz parte do projeto Coalizão Cidades pela Água.

MENSAGEM DO PRESIDENTE	4
DESTAQUES	6
SOBRE ESTE RELATÓRIO	8
NOSSO NEGÓCIO	9
NOSSAS PESSOAS	10
VALOR COMPARTILHADO	12
COMUNIDADES	20
ÁGUA	22
SAÚDE E PORTFÓLIO	24
DIÁLOGO E ENGAJAMENTO	26
AGRICULTURA SUSTENTÁVEL	28
EMBALAGENS	30

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Nesse ano em que a Coca-Cola completa 75 anos de atuação no Brasil, retorno com grande entusiasmo, após liderar as unidades da China e Coreia do Sul. Quando olhamos a diversidade do nosso País, sob todos os aspectos, sejam culturais ou regionais, não tenho dúvidas do nosso enorme potencial de crescimento. Orgulho-me de fazer parte desse momento e de compartilhar, neste quinto Relatório de Sustentabilidade, nossos resultados econômicos, sociais e ambientais.

Desde que assumi a liderança da empresa, participei de importantes encontros com especialistas e sociedade em uma jornada contínua de diálogos transparentes, essenciais para a estratégia de negócio.

Como líder da indústria de bebidas, escolhemos fazer mais — e não apenas dizer mais. Estamos evoluindo sempre para oferecer os melhores produtos para os nossos consumidores, além de levar a sustentabilidade para o centro do nosso negócio e das nossas marcas. Sabemos que é crescente o interesse dos consumidores em conhecer o que está por trás dos produtos que consomem e os impactos que causam na sociedade e no meio ambiente. Nossa visão 2025 reforça esse direcionamento: Queremos ser o sistema que cuida das pessoas, das comunidades e do meio ambiente. Temos a certeza de que ao criarmos impacto social positivo nas comunidades e no meio ambiente, estamos colaborando também com o progresso e o crescimento da companhia. Nossos avanços nos últimos anos evidenciam essa evolução.

Na gestão da água, principal matéria-prima do nosso negócio, criamos a plataforma Água+ que consolida os nossos esforços dentro e fora dos nossos muros. Hoje, conseguimos devolver à natureza o dobro da água utilizada em

ESTAMOS EVOLUINDO SEMPRE PARA OFERECER OS MELHORES PRODUTOS PARA OS NOSSOS CONSUMIDORES, ALÉM DE LEVAR A SUSTENTABILIDADE PARA O CENTRO DO NOSSO NEGÓCIO E DAS NOSSAS MARCAS.

nosso processo produtivo. Esse êxito foi alcançado graças aos programas de reflorestamento e conservação de bacias hidrográficas que desenvolvemos, assim como as ações de eficiência e de reuso nas fábricas. Entre todos os nossos compromissos com a melhor gestão desse recurso, queremos fortalecer nossa atuação no acesso à água potável, um problema que afeta 35 milhões de pessoas no País. Para isso, usaremos a expertise e a capilaridade do Sistema Coca-Cola Brasil para contribuir, em conjunto com outros parceiros, com o acesso à água em comunidades, principalmente, nas regiões Norte e Nordeste.

Com relação ao nosso portfólio, estamos sempre inovando para oferecer às pessoas as bebidas que elas desejam e adoram. Mas, quando o nome de sua empresa é reconhecido mundialmente, é crucial escutar o que os consumidores querem e precisam de você. Os tempos mudam e as pessoas esperam que crescamos e mudemos com elas. Portanto,

estamos abraçando o futuro e acelerando nossos esforços para repensar nossas bebidas no mundo, incluindo novas categorias, novas receitas e, sempre que possível, adicionando mais benefícios, como nutrição e hidratação. Somente nos últimos três anos, reduzimos o açúcar adicionado de 42 produtos, além de torná-los mais nutritivos, com a adição de vitaminas e minerais.

O Sistema Coca-Cola Brasil, com suas 42 fábricas, presentes em todas as regiões do País e com uma força de trabalho composta por 62,6 mil pessoas, é o maior produtor de bebidas não alcoólicas do Brasil. Essa extensão e relevância aumentam nossa responsabilidade de criar e gerar valor, além dos muros de nossas operações.

Gostaria de encerrar essa mensagem, agradecendo a todos que, direta ou indiretamente, vêm contribuindo conosco nessa jornada, em especial, aos funcionários que fazem parte do nosso Sistema e trabalham diariamente para alcançarmos nossos objetivos de negócio e de desenvolvimento sustentável. Boa leitura!



Henrique Braun
Presidente da Coca-Cola Brasil



DESTAQUES

PESSOAS

Aderimos à Iniciativa **Empresarial pela Igualdade Racial**.

51%
do quadro de funcionários da Coca-Cola Brasil é formado por mulheres.

Das novas contratações, em 2016,

62%
foram mulheres.

O **Comitê de Lideranças para o Futuro** promove condições favoráveis à **diversidade**.

COMUNIDADES

186
mil pessoas impactadas pelos programas sociais do Sistema Coca-Cola Brasil.

36,2
mil jovens formados pelo Coletivo Jovem. Um recorde na história do programa.

+de 300
jovens formados no Coletivo trabalharam nos Jogos Olímpicos Rio 2016.

ÁGUA

Devolvemos à natureza

2X
a quantidade de água utilizada em nosso processo produtivo.

-30%
foi o percentual de redução da quantidade de água necessária para produzir 1 litro de bebida, desde 2001.

+de R\$20
milhões serão investidos, até 2020, em inovação para o acesso à água potável no Brasil.

SAÚDE E PORTFÓLIO

60
produtos tiveram suas receitas aprimoradas nos últimos seis anos.

Nos últimos três anos, reduzimos o açúcar adicionado de

42
bebidas, além de torná-las mais nutritivas.

78%
das marcas têm versões de baixa caloria.

53%
das bebidas são oferecidas em embalagens de 250 ml ou menos.

DIÁLOGO E ENGAJAMENTO

+de 100
representantes da sociedade civil, empresas, ONGs e entidades setoriais participaram dos nossos diálogos.

Em conjunto com a indústria de bebidas, **mudamos o portfólio de produtos** vendidos diretamente às **cantinas de escolas** com crianças até 12 anos.

Aderimos, junto a **11** empresas multinacionais, o **Compromisso pela Publicidade Responsável para Crianças**.

AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

32,2%
do volume de açúcar que compramos tem certificação internacional em sustentabilidade.

Cerca de **80%** das nossas frutas envolvem agricultores de base familiar.

100%
do guaraná utilizado em nossos produtos é produzido no Amazonas.

EMBALAGENS

-17%
foi o percentual de redução da gramatura das embalagens PET de 2008 a 2016.

Estamos **ampliando** o uso de **embalagens retornáveis** em nosso portfólio.

+de 60%
da composição de novas latas de alumínio e das garrafas de vidro é de material reciclado.

Apoiamos **30%** das cooperativas de catadores do País, por meio do Coletivo Reciclagem.

SOBRE ESTE RELATÓRIO

Esta é a versão resumida do quinto relatório de sustentabilidade da Coca-Cola Brasil, elaborado conforme as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), versão G4, opção Essencial. As informações reportadas se referem ao período de 2016 (de 1º de janeiro a 31 de dezembro) e abrangem os nove grupos franqueados e a *joint venture* Leão Alimentos e Bebidas, que compõem o Sistema Coca-Cola Brasil.

Nossa gestão em sustentabilidade é apresentada por meio da estratégia de Valor Compartilhado, assim como pelas metas, desafios e resultados da companhia.

TEMAS MATERIAIS

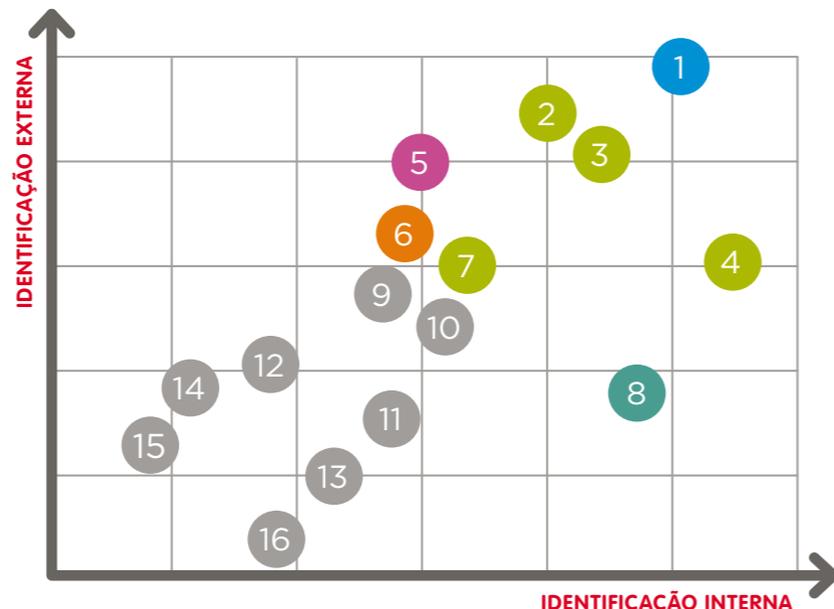
Em 2015, realizamos um processo de materialidade estratégico a fim de definir os temas prioritários para a companhia, sob o ponto de vista das nossas partes interessadas, e dar mais transparência às nossas ações, impactos e compromissos.

Consideramos todas as 16 questões levantadas relevantes para a Coca-Cola Brasil. Para fins de relato, priorizamos o aprofundamento dos oito primeiros temas materiais, divididos em **cinco capítulos**.

Os temas obesidade, transparência e rotulagem, portfólio de produtos e marketing 2.0 estão sendo abordados no capítulo Saúde e portfólio. Energia e clima, pessoas e comunidades, por serem considerados importantes para a empresa, também estão sendo apresentados no relatório.

LEIA A VERSÃO COMPLETA DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2016 DA COCA-COLA BRASIL EM WWW.COCACOLABRASIL.COM.BR

MATRIZ DE MATERIALIDADE



- ÁGUA
- SAÚDE E PORTFÓLIO
- DIÁLOGO E ENGAJAMENTO
- AGRICULTURA SUSTENTÁVEL
- EMBALAGENS

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| 1 ● Responsabilidade pela água | 9 ● Inovação e novos negócios |
| 2 ● Obesidade | 10 ● Energia e clima |
| 3 ● Transparência e rotulagem | 11 ● Pessoas |
| 4 ● Portfólio de produtos | 12 ● Papel das mulheres |
| 5 ● Diálogo e engajamento | 13 ● Taxação e subsídios |
| 6 ● Agricultura sustentável | 14 ● Hiperconectividade |
| 7 ● Marketing 2.0 | 15 ● Mobilidade urbana |
| 8 ● Embalagens | 16 ● Comunidades |

NOSSO NEGÓCIO

Há 75 anos no Brasil, somos a maior produtora de bebidas não alcoólicas do País e estamos entre as quatro maiores operações da The Coca-Cola Company, presente em mais de 200 países. Nosso portfólio inclui águas, chás, refrigerantes, néctares, sucos, bebidas esportivas e café — ao todo são 152 produtos, entre sabores regulares e versões de baixa caloria.

Em linha com a nova estratégia global de negócios, queremos nos tornar uma companhia de bebidas completa. O objetivo é oferecer às pessoas mais das bebidas que elas querem — incluindo opções com pouco ou nenhum açúcar, num amplo leque de categorias — em diferentes embalagens e disponíveis em mais lugares. Construir um portfólio de marcas centradas no consumidor exige mudar o foco do que a companhia quer vender para o que os consumidores querem comprar.

75
ANOS
NO BRASIL

42
FÁBRICAS

19
MARCAS

152
PRODUTOS

3,2
BILHÕES DE
INVESTIMENTOS
EM 2017

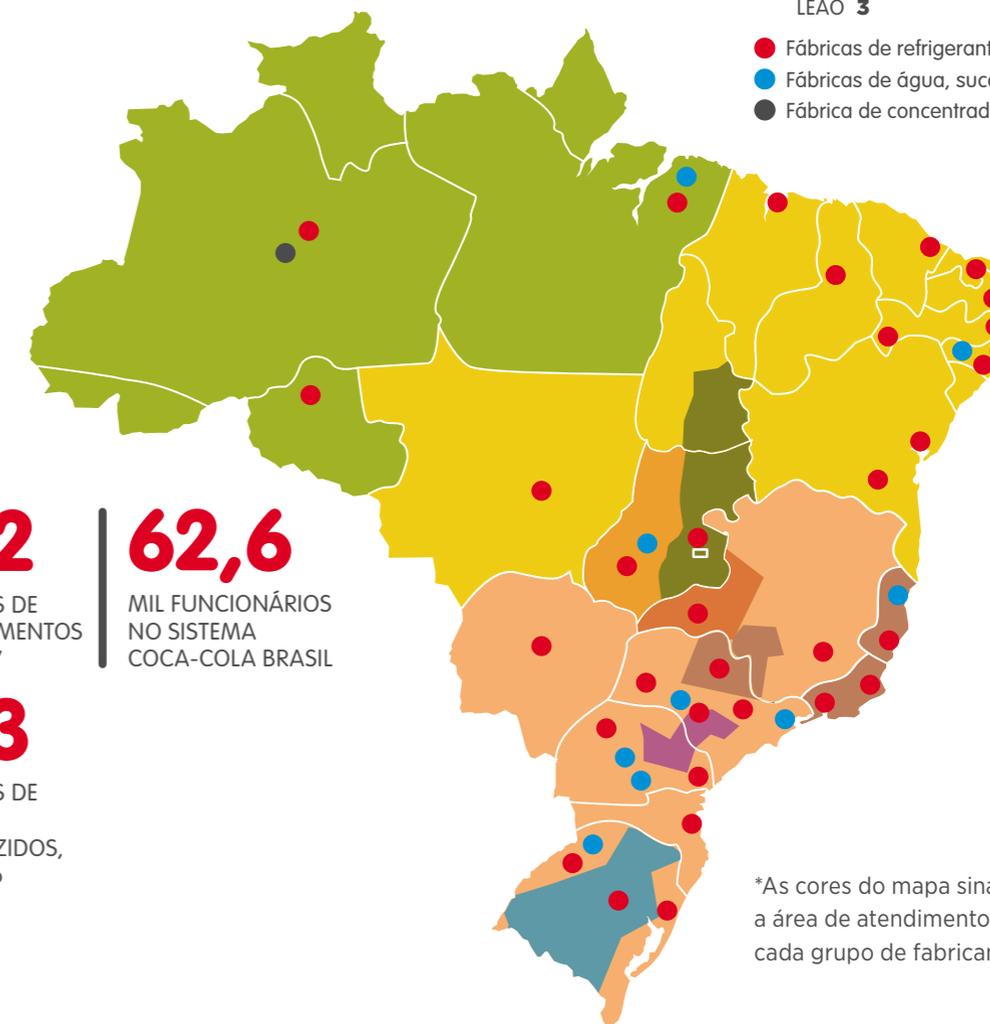
9,3
BILHÕES DE
LITROS
PRODUZIDOS,
EM 2016

62,6
MIL FUNCIONÁRIOS
NO SISTEMA
COCA-COLA BRASIL

GRUPOS DE FABRICANTES NÚMERO DE FÁBRICAS*

- UBERLÂNDIA 1
- ANDINA 3
- BANDEIRANTES 2
- CVI 1
- SOLAR 13
- SOROCABA 1
- BRASAL 1
- FEMSA 13
- SIMÕES 4
- LEÃO 3

- Fábricas de refrigerantes
- Fábricas de água, sucos e chás
- Fábrica de concentrados



*As cores do mapa sinalizam a área de atendimento de cada grupo de fabricantes.

PARA CONHECER MAIS NOSSOS PRODUTOS, ACESSSE WWW.COCACOLABRASIL.COM.BR

NOSSAS PESSOAS

Por trás da fabricação de cada bebida, há muito mais do que um complexo processo de produção, contamos com o talento de 62,6 mil funcionários em todo o Sistema Coca-Cola Brasil. Prosseguimos com a evolução dos quatro pilares da nossa estratégia global de Recursos Humanos pautada em ter as pessoas certas, lideradas por profissionais preparados, com as competências requeridas pelo negócio, em um ambiente e uma cultura organizacional que as inspire a investir seu talento e energia na conquista do propósito empresarial e pessoal.



COMITÊ DE LIDERANÇAS PARA O FUTURO (GRUPOS)

- Mulheres
- Afrodescendentes
- Pessoas com deficiência
- Orientação sexual
- Geração millennials

DIVERSIDADE

Com a finalidade de promover condições favoráveis à diversidade, o Comitê de Lideranças para o Futuro, que conta com a participação voluntária de funcionários de diversas áreas, realiza encontros para debater, elaborar diagnósticos e propor ações afirmativas dentro da empresa.

VISÃO 2020: 50% DE MULHERES NOS CARGOS DE LIDERANÇA

62% DAS NOVAS CONTRATAÇÕES, EM 2016, FORAM DE **MULHERES**.

51% DE MULHERES NA COCA-COLA BRASIL.

LICENÇA **MATERNIDADE** DE **6 MESES** E A **PATERNIDADE** FOI ESTENDIDA PARA **20 DIAS**.



ASSIM COMO AS SOCIEDADES SE TRANSFORMAM, AS EMPRESAS TAMBÉM PRECISAM SE REINVENTAR E ACOMPANHAR AS MUDANÇAS.

VALOR COMPARTILHADO

BEM-ESTAR PESSOAL



Crescer o negócio e ao mesmo tempo se consolidar como o sistema que cuida das pessoas, das comunidades e do meio ambiente. Essa é a visão 2025 da Coca-Cola Brasil, que coloca, cada vez mais, a sustentabilidade no cerne da estratégia da companhia.

A cada novo desafio que enfrentamos nessa agenda, aumentamos a confiança de que podemos usar nossa capilaridade, expertise e vocação para contribuir, além das nossas atividades, com as grandes questões do País e do planeta.

QUESTÕES PRIORITÁRIAS	COMPROMISSOS	AVANÇOS	EM QUE PRECISAMOS AVANÇAR
SAÚDE E PORTFÓLIO	Oferecer, cada vez mais, porções convenientes e menores.	<ul style="list-style-type: none"> 53% das marcas são oferecidas em embalagens de 250 ml ou menos. Lançamento das novas minilatas de 220 ml. 	Aumentar a presença de embalagens menores (até 250 ml) para mais de 70% dos pontos de venda, até 2018.
	Oferecer as bebidas que os consumidores querem, incluindo novas categorias, novas receitas e alternativas ao açúcar.	<ul style="list-style-type: none"> 60 produtos tiveram suas receitas aprimoradas nos últimos seis anos. Em 2016 e 2017, 18 produtos tiveram redução da quantidade de açúcar adicionado, o que totaliza 42, nos últimos três anos. 78% das marcas têm versões de baixa ou nenhuma caloria. 	Implementar, até 2025, o plano de reformulações no portfólio.
	Prover informação para que o consumidor tome as melhores decisões para seu gosto e estilo de vida.	<ul style="list-style-type: none"> 100% do portfólio com informação de calorias no painel frontal. Informações mais claras quanto aos ingredientes dos produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> Apoiar políticas públicas sobre rotulagem mais educativa. Apoiar campanhas de educação e informação nutricional ao consumidor.
	Não fazer publicidade para crianças menores de 12 anos.	Adesão ao Compromisso pela Publicidade Responsável para Crianças em conjunto com outras 11 empresas multinacionais.	Atualizar a política de marketing responsável de forma contínua.
DIÁLOGO E ENGAJAMENTO	Engajar e dialogar com a sociedade de forma transparente e contínua.	Realização de sete sessões de diálogo, com a participação de mais de 100 representantes da sociedade civil, empresas, ONGs e entidades setoriais.	Avançar com a plataforma de diálogo, a fim de criar um processo estruturado e sistemático de engajamento e ações concretas.
		Ação conjunta da indústria de bebidas de só comercializar nas escolas, para crianças de até 12 anos, água mineral, suco 100%, água de coco e bebidas lácteas que atendam a critérios nutricionais específicos.	

BEM-ESTAR SOCIAL

Alunos do Coletivo Coca-Cola no Centro Comunitário de Capacitação Profissional Paulo da Portela, em Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro.

QUESTÕES PRIORITÁRIAS	COMPROMISSOS	AVANÇOS	EM QUE PRECISAMOS AVANÇAR
EMPODERAMENTO FEMININO	Acelerar o empoderamento de mulheres em toda a cadeia de valor.	Mais de 21,3 mil mulheres capacitadas pelo Coletivo Jovem, em 2016.	<ul style="list-style-type: none"> • Empoderar 250 mil mulheres, até 2020. • Trabalhar com parceiros e fornecedores para acelerar o empoderamento feminino ao longo da cadeia de valor.
COMUNIDADES	Fortalecer as comunidades do País, por meio da geração de trabalho e renda e valorização da autoestima.	<ul style="list-style-type: none"> • 36,2 mil participantes do Coletivo Jovem, em 2016. Crescimento de 8% em relação a 2015. • Mais de 300 participantes do Coletivo Jovem encaminhados para trabalhar em diversos serviços durante os Jogos Olímpicos Rio 2016. 	Ampliar a atuação do Coletivo Jovem, escalando a metodologia por meio de conexões com políticas públicas e parcerias.
		186 mil pessoas beneficiadas pelos projetos sociais realizados pelo Sistema Coca-Cola Brasil, em 100% das localidades nas quais atuamos.	
DIREITOS HUMANOS E TRABALHISTAS	Garantir a adequação de toda a cadeia de valor às nossas políticas de direitos humanos e trabalhistas.	<ul style="list-style-type: none"> • 100% dos fabricantes e 93% dos fornecedores em adequação. • Todas as não-conformidades em processo de resolução. 	Engajar nossos fornecedores a irem além do compliance, fomentando boas práticas e melhorias.
AMBIENTE DE TRABALHO	Investir no desenvolvimento dos associados e promover um ambiente de trabalho inovador, no qual a diversidade seja elemento essencial.	<ul style="list-style-type: none"> • Adesão à Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial. • 51% de mulheres no quadro de funcionários da Coca-Cola Brasil. • 62% das novas contratações foram mulheres. 	Minimizar as barreiras para o crescimento das minorias.



BEM-ESTAR AMBIENTAL

João Batista é um dos beneficiados do programa Água+ Acesso, na comunidade de Coqueiro, no Ceará.

QUESTÕES PRIORITÁRIAS	COMPROMISSOS	AVANÇOS	EM QUE PRECISAMOS AVANÇAR
ÁGUA	Retornar para as comunidades e a natureza o mesmo volume de água utilizado no processo produtivo.	200% de reposição, devolvendo o dobro de toda água utilizada, por meio de projetos de restauração e conservação de bacias hidrográficas.	Ampliar os projetos de recuperação e conservação de bacias hidrográficas para outras regiões do Brasil.
	Reduzir o consumo de água em nossas operações, aumentando a eficiência hídrica.	30% de redução da quantidade de água necessária para produzir 1 litro de bebida, nos últimos 16 anos.	<ul style="list-style-type: none"> • Atingir, até 2020, o índice de 1,68 litro de água utilizada para cada 1 litro de bebida produzida. • Promover a gestão eficiente do recurso ao longo da cadeia de valor.
	Contribuir para ampliar o acesso à água potável para comunidades de todo o País.	<ul style="list-style-type: none"> • Formação e lançamento da Aliança Água+ Acesso, uma rede que integra 10 organizações voltada a potencializar o acesso à água em todo o Brasil. • Investimentos de mais de R\$ 20 milhões em inovação para o acesso à água pela Coca-Cola Brasil e parceiros, até 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar a base de organizações integrantes da Aliança e o impacto dessas no acesso à água. • Disseminar e ampliar os melhores modelos que permitam a viabilidade econômica e a expansão de programas de acesso à água.
EMBALAGENS	Repensar as embalagens sob a perspectiva da economia circular.	<ul style="list-style-type: none"> • Redução da gramatura das embalagens PET em 17%, de 2008 a 2016. • Mais de 60% da composição das latas de alumínio e das garrafas de vidro é de material reciclado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expandir o uso de embalagens retornáveis no portfólio (RefPET e vidro), até 2020. • Aumentar o uso de resina reciclada nas garrafas PET.
	Promover o desenvolvimento social de cooperativas de catadores.	300 cooperativas de catadores apoiadas pelo programa Coletivo Reciclagem, envolvendo mais de 5.300 catadores, em 13 estados brasileiros.	Amplificar a cooperação entre o setor de embalagens, visando o desenvolvimento desse elo da cadeia de reciclagem.





QUESTÕES PRIORITÁRIAS	COMPROMISSOS	AVANÇOS	EM QUE PRECISAMOS AVANÇAR
AGRICULTURA SUSTENTÁVEL	Impulsionar uma cadeia sustentável dos principais insumos agrícolas, aliando desenvolvimento social com conservação dos recursos naturais.	32,2% do volume de açúcar comprado pelo Sistema Coca-Cola Brasil tem a certificação internacional Bonsucro, de açúcar sustentável.	Ter 80% do volume de açúcar comprado certificado, até 2020.
		Seguimos com o planejamento de ações que envolvem orientações de boas práticas agrícolas e manejo sustentável.	Fortalecer o desenvolvimento de produtores de base familiar, estimulando práticas sustentáveis na cadeia de frutas e chás.
		<ul style="list-style-type: none"> • 1.500 beneficiados na cadeia do açaí no Amazonas, pelo projeto Coletivo Floresta. • O Guaraná utilizado em nossos produtos é 100% produzido no Amazonas. 	Seguir investindo no desenvolvimento das cadeias produtivas no Amazonas.
ENERGIA E CLIMA	Reduzir o impacto climático potencial dos produtos comercializados, buscando melhorar a eficiência energética dos processos de produção e garantindo o uso da melhor combinação possível de fontes de energia.	18% de redução de nossa pegada de carbono, entre 2010 e 2016.	Reduzir em 25% a pegada de carbono, até 2020.
		22,1% de redução do consumo de energia, de 2012 a 2016.	

COMUNIDADES

Tão grande quanto a escala do nosso negócio, é a nossa responsabilidade de criar valor e fazer a diferença em cada uma das comunidades nas localidades nas quais operamos.

O Instituto Coca-Cola Brasil chega a maioria com novos desafios e reestruturação de suas atividades.

NOVOS PILARES DE AÇÃO

- Empoderamento de jovens
- Acesso à água potável

COLETIVO JOVEM

36,2 MIL JOVENS
CAPACITADOS.

CRESCIMENTO DE 8%
EM COMPARAÇÃO A 2015.

105 UNIDADES
EM TODO O BRASIL.



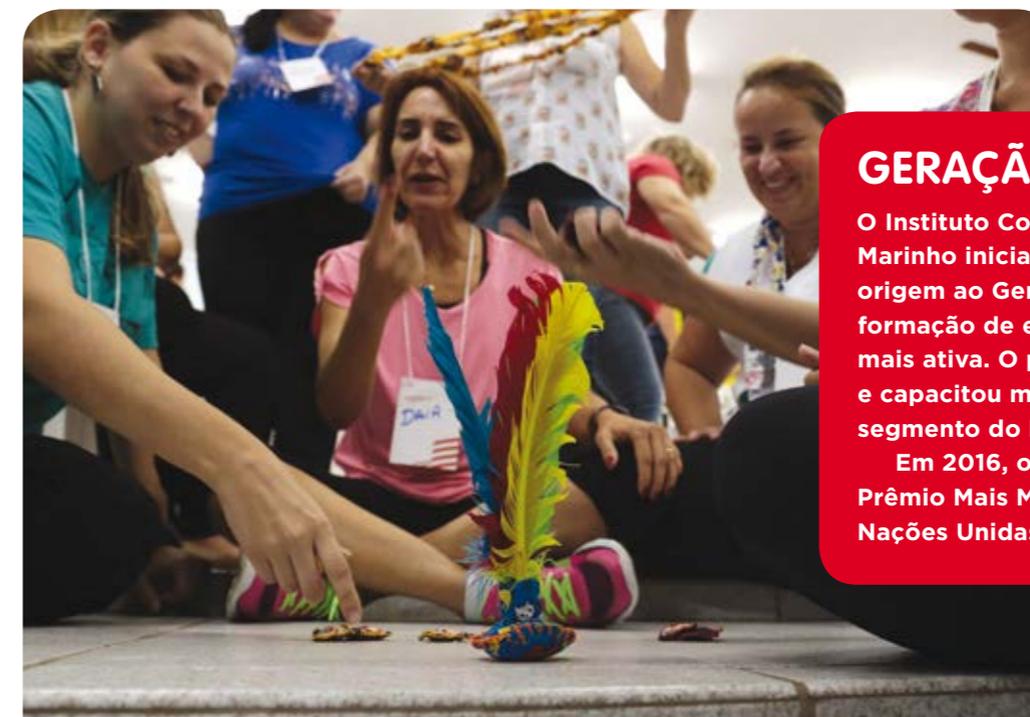
186 MIL PESSOAS
FORAM BENEFICIADAS
PELAS AÇÕES SOCIAIS
REALIZADAS PELO SISTEMA
COCA-COLA BRASIL.

18 ANOS
DE ATUAÇÃO DO INSTITUTO
COCA-COLA BRASIL.

UM BARCO DE IDEIAS

Em sua 2ª edição, o Coca-Cola Open Up - The Boat Challenge reuniu 15 startups em uma viagem de três dias, a bordo de um barco, pelo Rio Amazonas.

Os participantes foram auxiliados por mentores, especialistas nos mais diversos temas, e estimulados a repensar os próprios modelos de negócios. Três projetos foram eleitos pelos empreendedores: Unidade de Beneficiamento de Produtos Florestais (UBPF), Minitrat e 100% Amazônia. Os vencedores ganharam a chance de participar de um programa de aceleração.



GERAÇÃO MOVIMENTO

O Instituto Coca-Cola Brasil e a Fundação Roberto Marinho iniciaram, em 2015, uma parceria que deu origem ao Geração Movimento - um programa de formação de educadores para promoção de uma vida mais ativa. O programa impactou cerca de 20 mil alunos e capacitou mais de 400 educadores do primeiro segmento do Ensino Fundamental.

Em 2016, o projeto foi um dos três vencedores do Prêmio Mais Movimento, realizado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) no Brasil.

ÁGUA

Não há recurso mais precioso para a vida humana e para a saúde dos ecossistemas e economias globais do que a água. Cientes dos desafios globais e regionais que a sociedade e a indústria vêm enfrentando, assumimos o compromisso de realizar uma gestão eficiente dos recursos hídricos nos processos fabris e ao longo da cadeia produtiva ao mesmo tempo em que contribuimos para uma maior oferta de água para o País.

ESTRATÉGIA

ÁGUA + EFICIÊNCIA

ÁGUA + DISPONIBILIDADE

ÁGUA + ACESSO



Projeto piloto do Água+ Acesso, na comunidade de Coqueiros (CE).



Marussia Whately

Uma das idealizadoras da Aliança pela Água

“ Com o aumento em intensidade e frequência das crises hídricas por todo o planeta, grandes usuários terão papel estratégico na construção de soluções para garantir que todos tenham acesso à água. ”

No último ano, avançamos com nossa agenda de compromissos, reformulando nossa estratégia de ação em uma nova plataforma chamada:

ÁGUA+

ÁGUA + DISPONIBILIDADE

O Sistema Coca-Cola Brasil devolve à natureza 2X a quantidade de água utilizada em seu processo produtivo. Isso só é possível graças à combinação: **+ eficiência** na gestão da água nas fábricas, e o desenvolvimento de programas de **geração e retenção** de água em bacias hidrográficas.

ÁGUA + ACESSO

Segundo dados do Instituto Trata Brasil, existem no País 35 milhões de pessoas sem acesso ao serviço de água tratada. Para atuarmos em prol da mudança desse cenário, promovemos, por meio do Instituto Coca-Cola Brasil, uma aliança estratégica de diferentes atores para ampliar o acesso à água em comunidades em situação de vulnerabilidade.

ÁGUA + EFICIÊNCIA

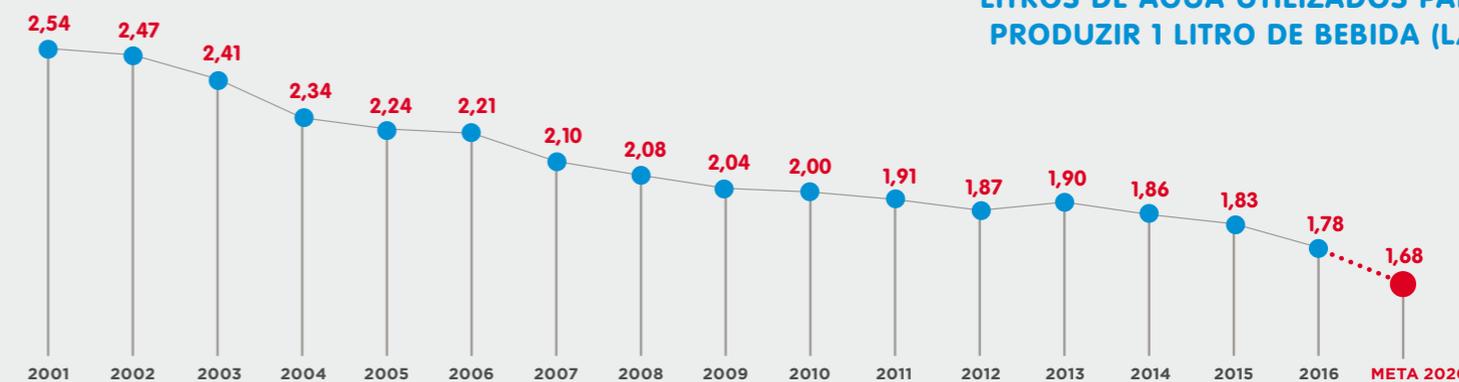
Meta: até 2020, alcançarmos o volume de **1,68 litro** de água utilizada por litro de bebida produzida. Chegamos ao índice de **1,78 litro**, menos **2,5%** em comparação a 2015. Desde 2001, reduzimos o volume de água necessário para produzir **1 litro** de bebida em **30%**.

MAIS DE 100 MIL HECTARES SÃO CONSERVADOS OU RESTAURADOS PELO PROGRAMA ÁGUA+.

SERÃO INVESTIDOS MAIS DE R\$ 20 MILHÕES ATÉ 2020, PELA COCA-COLA BRASIL E PARCEIROS, EM INOVAÇÃO PARA O ACESSO À ÁGUA.



LITROS DE ÁGUA UTILIZADOS PARA PRODUZIR 1 LITRO DE BEBIDA (L/L)



SAÚDE E PORTFÓLIO

O mundo está mudando e as empresas também precisam acompanhar esse movimento. Queremos continuar dando às pessoas as bebidas que elas querem e para isso entendemos que é preciso evoluir sempre no nosso portfólio. Isso exige uma resposta multifacetada, incluindo a abordagem do açúcar e a inclusão, sempre que possível, de benefícios, como nutrição e hidratação, sem abrir mão do sabor. Estamos abraçando o futuro e acelerando os esforços para rever nossas bebidas no Brasil e no mundo.



Hélio Mattar

Diretor presidente do Instituto Akatu para o Consumo Consciente

“ Ser transparente é uma ação de proteção da própria empresa, que deveria se preocupar em dizer o que ela faz bem, o que não faz bem, e no que deve melhorar. ”

ESTRATÉGIA

DA GARRAFA PARA DENTRO

FOCO NAS BEBIDAS QUE FAZEMOS, INCLUINDO O MODO COMO ADOÇAMOS, BUSCA CONSTANTE POR MELHORES INGREDIENTES, NOVAS RECEITAS E ALTERNATIVAS AO AÇÚCAR – TUDO O QUE ESTÁ DENTRO DA GARRAFA.

DA GARRAFA PARA FORA

É TUDO QUE NÃO ESTÁ NA BEBIDA EM SI. DESDE A EMBALAGEM QUE DESENVOLVEMOS ATÉ AS POLÍTICAS QUE IMPLEMENTAMOS PARA AJUDAR OS CONSUMIDORES A FAZEREM AS ESCOLHAS CERTAS PARA SEU GOSTO E ESTILO DE VIDA.



As novas latinhas, com 220 ml, são mais uma opção para quem quer ingerir uma dose pequena de refrigerante, com menos de 100 kcal.

NOS ÚLTIMOS SEIS ANOS, REPENSAMOS AS RECEITAS DE **60 PRODUTOS**, POR MEIO DE INVESTIMENTO EM PESQUISA E DESENVOLVIMENTO.

REDUZIMOS O AÇÚCAR ADICIONADO DE **42 BEBIDAS**, ALÉM DE TORNÁ-LAS MAIS NUTRITIVAS, COM A ADIÇÃO DE VITAMINAS E MINERAIS.

19 MARCAS, **78%** COM VERSÕES DE BAIXA CALORIA E **53%** OFERECIDAS EM EMBALAGENS DE **250 ML** OU MENOS.

REDUÇÃO DE AÇÚCAR NOS PRODUTOS



REDUÇÃO DE AÇÚCAR POR PRODUTO 2016/2017

Del Valle Frut Citrus Punch	-25%
Del Valle Frut Limão	-25%
Del Valle Frut Tangerina	-25%
Del Valle Frut Uva	-25%
Fanta Laranja	-25%
Fanta Uva	-25%
Kuat	-27%
Taí	-25%
Simba Guaraná	-25%
Simba Limão	-24%
Simba Laranja	-25%
Coca-Cola Limão Siciliano	-30%
Coca-Cola Laranja	-24%
Guarapan	-25%
Charrua	-25%
Schweppes	-100%
Sprite	-100%

*Schweppes e Sprite terão apenas versões zero açúcar.

DIÁLOGO E ENGAJAMENTO

Acreditamos no diálogo como ferramenta de transformação. Queremos levar a cultura de engajamento para todas as áreas da empresa e usar nosso potencial de comunicação para engajar a sociedade em temas sociais críticos.

ESTRATÉGIA

→ PARA CRIAR VALOR E FAZER A DIFERENÇA NAS COMUNIDADES NAS QUAIS ATUAMOS, PRECISAMOS PROMOVER A ESCUTA ATIVA E O DIÁLOGO COM TODOS OS SETORES DA SOCIEDADE.

→ AO NOS GUIARMOS PELA TRANSPARÊNCIA E COERÊNCIA NAS NOSSAS AÇÕES E RELAÇÕES, ASSUMIMOS O COMPROMISSO DE ADOPTAR UMA ATITUDE PROATIVA FRENTE ÀS DEMANDAS DA SOCIEDADE POR INFORMAÇÃO CLARA, ABRANGENTE E CONFIÁVEL QUANTO AOS NOSSOS PRODUTOS, IMPACTOS DO CONSUMO E PROCESSOS.

→ SABEMOS QUE CONSTRUIR UM DIÁLOGO CONTÍNUO E TRANSPARENTE COM AS PARTES INTERESSADAS É ESSENCIAL PARA A ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO.



Denise Chaer
Diretora geral dos
Novos Urbanos

“ Para um diálogo efetivo que produza resultados, é preciso criar uma jornada que vá além de encontros pontuais e que parta para agendas práticas. ”

Ao longo de 2016, demos continuidade ao processo de escuta e diálogo com a sociedade. Os encontros realizados resultaram em algumas importantes iniciativas, como o *Compromisso pela Publicidade Responsável para Crianças*. Assumido por 11 empresas multinacionais, o acordo ratifica o empenho do setor em promover o marketing responsável.

Seguimos com o propósito de manter uma postura proativa frente aos *stakeholders* e nos aproximarmos daqueles que desafiam nosso ponto de vista.

7 REUNIÕES DE DIÁLOGO, COM LIDERANÇAS DA COCA-COLA BRASIL.

PARTICIPAÇÃO DE + DE 100 REPRESENTANTES DA SOCIEDADE CIVIL, EMPRESAS, ONGS E ENTIDADES SETORIAIS.



Roda de diálogo sobre alimentação e nutrição entre especialistas e o Presidente da Coca-Cola Brasil, Henrique Braun.

CASE

MUDANÇA DE PORTFÓLIO NAS ESCOLAS

Em agosto de 2016, a Coca-Cola Brasil, a Ambev e a PepsiCo Brasil decidiram, em conjunto, ajustar o portfólio de bebidas vendidas diretamente às cantinas de escolas de todo o País. A principal mudança é que só serão comercializados nas escolas para crianças de até 12 anos (ou com maioria de crianças até essa idade) água mineral, suco 100%, água de coco e bebidas lácteas que atendam a critérios nutricionais específicos.



AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

A agricultura é essencial para a segurança alimentar da população e para o nosso negócio. Cadeias produtivas que envolvem o fortalecimento da agricultura familiar e fomentam práticas ambientais adequadas, respondem aos desafios de sustentabilidade relacionados à nossa cadeia de fornecedores e criam condições para o desenvolvimento do País.

ESTRATÉGIA

→ UTILIZAR 80% DE AÇÚCAR CERTIFICADO ATÉ 2020, POR MEIO DO ENGAJAMENTO DOS FORNECEDORES.

→ FORTALECER A AGRICULTURA FAMILIAR POR MEIO DA NOSSA CADEIA DE FRUTAS E CHÁS.

→ CONSOLIDAR AS CADEIAS PRODUTIVAS AMAZONAS, CONTRIBUINDO PARA O DESENVOLVIMENTO DO INTERIOR DO ESTADO, INCENTIVANDO A ECONOMIA DA FLORESTA EM PÉ.



Laura Prada
Secretária executiva do Imaflora

“ Algumas companhias já perceberam a importância de olhar além e atuam, inclusive, diretamente na origem de seus insumos. É fundamental que mais empresas se conscientizem dessa responsabilidade e do poder de transformação em suas cadeias produtivas. ”

Mais de 1.500 beneficiados pelo projeto **Coletivo Floresta**, que orienta famílias a explorar recursos de forma sustentável, garantindo renda e conservação ambiental com a floresta em pé.



Açaí nativo coletado pelos beneficiados do Coletivo Floresta.

Frutas, erva-mate, chás e açúcar são os principais insumos agrícolas de nossas bebidas. Não podemos dissociar nossa produção do campo. Por essa razão, queremos estar cada vez mais próximos dos fornecedores e garantir que adotem os melhores padrões de gestão e qualidade, assegurando práticas sustentáveis de cultivo.

32,2% DO VOLUME DE AÇÚCAR COMPRADO PELO SISTEMA COCA-COLA BRASIL TEM CERTIFICAÇÃO BONSUCRO DE AÇÚCAR SUSTENTÁVEL.

CERCA DE 80% DO PLANTIO DE FRUTAS, COMO GOIABA, MANGA, MARACUJÁ E OUTRAS, ENVOLVE AGRICULTORES DE BASE FAMILIAR.

CASE

OLHOS DA FLORESTA

O Guaraná utilizado em nossos produtos é 100% produzido no Amazonas. Metade dessa produção provém da agricultura familiar. Lançamos o Programa Olhos da Floresta, em parceria com a ONG Imaflora, com o objetivo de oferecer aos agricultores familiares um modelo alternativo de produção, que combina culturas agrícolas e espécies florestais em um mesmo espaço, permitindo a transformação de áreas degradadas em férteis. Até 2020, 350 famílias serão beneficiadas.



EMBALAGENS

Sob a lógica da economia circular, nenhum componente de um produto deve ser encarado como resíduo. Parte essencial do nosso negócio, as embalagens são desenvolvidas considerando todo seu ciclo de vida e são 100% reaproveitáveis, ou seja, podem e devem voltar ao ciclo industrial.

ESTRATÉGIA

- AMPLIAR O USO DE EMBALAGENS RETORNÁVEIS NO PORTFÓLIO.
- REDUZIR CONTINUAMENTE A QUANTIDADE DE INSUMO NECESSÁRIO PARA PRODUIR NOSSAS EMBALAGENS, POR MEIO DE PESQUISA E NOVAS TECNOLOGIAS.
- AUMENTAR O USO DE MATÉRIA-PRIMA RECICLADA NAS EMBALAGENS PRODUZIDAS.
- CONTRIBUIR COM O PROGRESSO DOS SISTEMAS DE LOGÍSTICA REVERSA DAS EMBALAGENS, POR MEIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E ESTRUTURAL DE COOPERATIVAS DE CATADORES NO BRASIL.



Roberto Laureano da Rocha

Membro da Coordenação do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR)

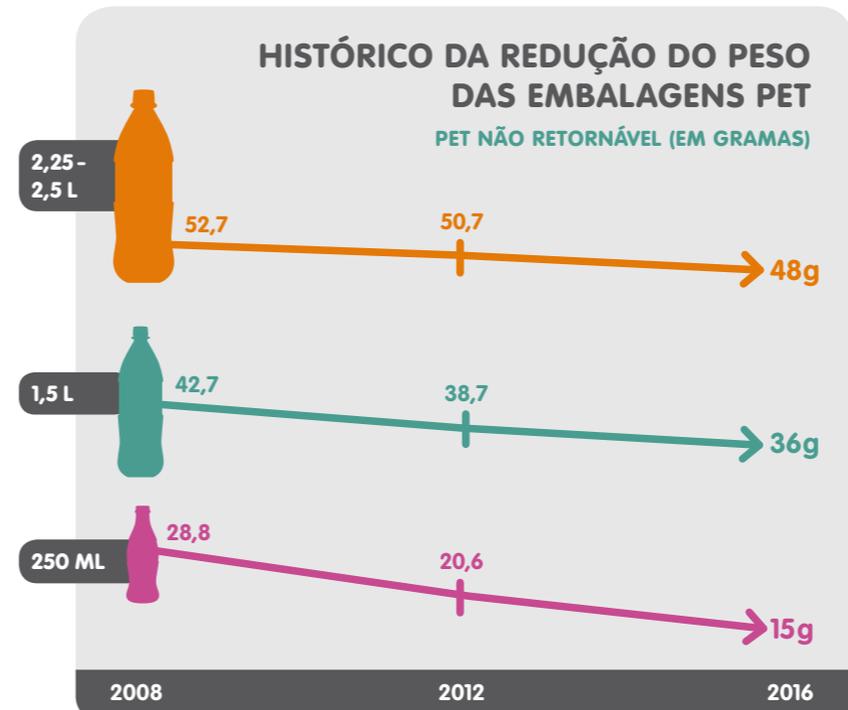
“ O Brasil vem registrando altos índices de reciclagem de diversos materiais, mas ainda há um caminho a percorrer para gerar renda e cidadania. ”

DE 2008 A 2016 ,
CONSEGUIMOS REDUZIR
A GRAMATURA DAS
EMBALAGENS PET EM

→ **17%**

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE

Dentro de uma visão holística é nossa responsabilidade buscar outras iniciativas que contribuam para os avanços sustentáveis de toda a cadeia. Um passo nesse caminho foi o desenvolvimento dos estudos de Análise de Ciclo de Vida (ACV) e de reciclabilidade dos nossos produtos, ambos iniciados em 2016.



AMPLIAR O USO DE EMBALAGENS RETORNÁVEIS NO PORTFÓLIO (REFPET E VIDRO) É UM DOS PRINCIPAIS PILARES DA NOSSA ESTRATÉGIA.

MAIS DE **60%** DA COMPOSIÇÃO DE NOVAS LATAS DE ALUMÍNIO E DE GARRAFAS DE VIDRO É PROVENIENTE DE MATERIAL RECICLADO.

COLETIVO RECICLAGEM

Sabemos que no Brasil, o cenário da reciclagem é bastante desafiador, e um elo essencial para a logística reversa é formado pelas cooperativas de catadores. Por meio do Coletivo Reciclagem, programa gerenciado pelo Instituto Coca-Cola Brasil, apoiamos aproximadamente 30% das cooperativas do País, envolvendo mais de 5.300 catadores em 13 estados brasileiros.



EXPEDIENTE

COORDENAÇÃO GERAL

Diretoria de Valor Compartilhado
Vice-presidência de Relações Corporativas

APOIO OPERACIONAL

BM2B Consultoria

CONSULTORIA GRI

BM2B Consultoria

REDAÇÃO, EDIÇÃO E SUPERVISÃO EDITORIAL

Patrícia Moreira

FOTOS

Valda Nogueira
Wander Roberto
Banco de imagens Coca-Cola Brasil

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Tecnopop

IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Stilgraf

selo
FSC

Tiragem: 2000 exemplares
Papel: Couché Matte 150 g/m² (miolo)
Supremo DuoDesign 250 g/m² (capa)

Buscando minimizar o impacto ambiental desta publicação, todas as tintas utilizadas na impressão são feitas à base de óleos vegetais.

MISSÃO

Refreshar

o mundo em corpo,
mente e espírito.

Inspirar

momentos de otimismo,
por meio de nossas
marcas e ações.

Criar

valor e fazer a diferença
onde estivermos e em
tudo o que fizermos.

Coca-Cola Brasil

www.cocacolabrasil.com.br