



Coca-Cola İçecek **Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu**
(Türkiye) Ocak 2007-Mart 2008

Coca-Cola İçecek

İÇERİK

CEO Mesajı	01
Alkolsüz İçecekler Pazarı	03
Rapor hakkında	04

CCI TÜRKİYE'DE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMI

Gerçekleştirdiklerimiz ve Hedeflerimiz	05
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejimiz	07
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yönetimimiz	07
Coca-Cola Sistemi ve Paydaşlarımız	08
CCI Türkiye'de Paydaş Katılımı	09
Önceliklerimiz	10

İŞ YERİMİZ

Çalışanlarımız	13
TCCC Çalışan Hakları Politikası	14
CCI Türkiye'de Kariyer	15
Çalışan Performans Yönetimi	16
Kurum İçi İstihdam Yönetim Sistemi	16
Ücretlendirme Politikası	17
İç İletişim	18
Mükemmele Yolculukta Çalışanlarımızın Önerileri	18
Organizasyonel Gelişim	19
Çalışan Temsili ve Endüstri İlişkileri	21
İşyeri Sağlığı Ve Güvenliği	24
Tedarik Zincirimiz	27
Bayilerimiz	30
Kurumsal Yönetim Anlayışımız	31
CCI Türkiye'de İş Etiği Kodu	31
CCI Türkiye'de Kurumsal Yönetim	32
CCI Türkiye'de Risk Yönetimi	32

İŞ ALANIMIZ

İşimizin Sürdürülebilirliği	35
Misyonumuz	35
Vizyonumuz	35
Stratejimiz	35
Coca Cola İçecek'te Kalite Yönetim Sistemi	36
Coca-Cola Yönetim Sistemi Nasıl Çalışır?	36
Müşterilerimiz	39
Tüketicilerimiz	40
Ürünlerimiz	42
Bilgi Teknolojileri	42
Yeşil IT	43

ÇEVRE

Çevre Politikamız	47
Küresel Su Yönetimi	48
Kullanımı Azaltma	49
Geri Dönüşüm	50
Geri Kazanım	51
Sürdürülebilir Ambalajlama ve Paketleme	55
Enerji Yönetimi ve İklim Değişikliği	57
Soğutucu Donanımlarımız	57
Üretim Tesislerimiz ve Ofislerimiz	58
Filomuz ve Taşımacılık	59

TOPLUM

Toplumsal Yatırım Politikamız	63
Toplumsal Yatırımlarımız	64
Sağlık	64
Gençlik Projeleri	64
Çevre Koruma Projeleri	65

GRI Göstergeleri Tablosu	66
Terimler Sözlüğü	70
Raporun Künyesi	72

CEO Mesajı

Değerli Paydaşlarımız,

Türkiye 2007 yılına tüketicilerin piyasalara olan güvenini etkileyen seçimlerin gölgesinde başladı. Dünya ekonomisinin belirsiz bir dönemden geçtiği ve emtia fiyatlarındaki çıkış ve bir dereceye kadar inişlerin sürdüğü bu dönemde, yılın ikinci yarısında dalgalanmaya yol açan kredi fırtınasının etkileri ile karşı karşıya kaldık. Tüm bu risklere rağmen disiplinli bir gelir yönetimi modeli uygulayarak ve farklı segmentlerde, kârlı bir ürün gamı geliştirmeye odaklandık. Yıllarca sürecektir istikrarlı bir kârlılık elde etmemizi sağlayacak bir anlayışla yolumuza devam ediyoruz.

Türkiye pazarı genç nüfusu ve kişi başına düşen oldukça düşük tüketim davranışlarıyla büyüme potansiyeli etkileyici bir pazardır. Biz de GSİYH'nin büyüme ve artış hızına bağlı olarak her gün yeni tüketiciler kazanıyoruz. Yeni tüketicilerimizin istek ve beklentilerini karşılamaya yönelik marka, paket ve ürün bazında yenilikçi bakış açımız portföy stratejimizin özünü oluşturuyor.

CCİ Türkiye büyümeye devam ederken, Yönetim Kurulumuz ve ben sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen konular üzerinde liderliğe devam etmenin zorunlu bir ödevimiz olduğuna inanıyoruz. CCİ olarak sadece parçası olduğumuz toplumlar sürdürülebilir olduğunda işimizin sürdürülebilirliğinin mümkün olduğunu biliyoruz.

“Tüm paydaşlarımız için değer yaratma hedefimizi gerçekleştirebilmek amacıyla sağlıklı bir finansal başarının doğal temelini oluşturan sosyal ve çevresel performansımızla finansal performansımızı dengelemeyi amaçlıyoruz.”



Michael A. O'Neill CEO

Bu açıdan sürdürülebilir başarımızın gizli bir formülü olmadığını, tüm paydaşlarımızın başarıya ulaşmak için bize ilham verdiğini söyleyebilirim.

CCİ Türkiye olarak büyük ölçekli ve yaygın erişimi olan benzersiz bir organizasyona sahibiz. Her gün, eşsiz dağıtım sistemimiz ve takım arkadaşlarımızın beceri ve yetenekleri sayesinde kaliteli ürünlerimizden keyif alan milyonlarca tüketiciye ulaşıyoruz. Doğru araç ve stratejilere sahip bir takım olarak bayilerimiz ve çalışanlarımız her gün sektörümüzdeki en iyi uygulamaları hayata geçiriyor. Bu nedenle en büyük varlığımız olduğuna inandığımız çalışanlarımız, bizim en önemli rekabet avantajımızı oluşturmaktadır.

CCİ Türkiye olarak sizlerle paylaşmaktan büyük mutluluk ve gurur duyduğumuz ilk Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) raporumuz ile paydaşlarımızı bilgilendirme konusunda önemli bir adım atmış olduk. Türkiye'de GRI onayı alan ilk KSS raporunu yayımlayarak sürdürülebilirlik alanında lider olma yolundaki kararlılığımızı bir kez daha göstermiş olduk. Bizler için KSS daha iyi bir dünyaya ulaşmak için çıkılan bir yolculuktur. İşimizin başarısı hizmet verdiğimiz coğrafyaların daha iyi bir geleceğe sahip olmasıyla doğrudan ilgili olduğuna içtenlikle inanıyorum. Bu rapor ile çevre ve toplum üzerindeki etkilerimizi paydaşlarımızla paylaşmayı taahhüt ediyoruz. İşimizin özünde sorumluluk vardır.

İlk raporumuzun kapsamını genel merkezimizin bulunduğu ve faaliyetlerimizin %80'inini oluşturan Türkiye faaliyetlerimiz oluşturmaktadır.

Gelecekte, tüm faaliyetlerimizin kurumsal sosyal sorumluluk raporlamamız kapsamında olmasını hedefliyoruz. Bu rapor ile 2007 yılı içindeki mevcut performansımızı ve gelecek dönemlerde gerçekleştirmeyi planladığımız hedeflerimizi görme şansını yakalayabilirsiniz.

1886 yılında kurulmuş, dünyanın en eski ve en çok tanınan markalarından biri olan Coca-Cola'yı şişeleyip satıyoruz.

“ Kurumsal sosyal sorumluluk alanında yola çıktığımız nokta aslında tek bir cümleye sığacak kadar kısa. Amacımız dünyayı sorumlu bir şekilde serinletmektir. ”

Coca-Cola İçecek olarak bizler üzerimize düşen sorumluluğun bilincindeyiz. Tedarikçilerimiz, bayilerimiz ve tüm çalışanlarımızla birlikte gezegenimizin sürdürülebilirliği için çalışıyoruz.

İş dünyası günümüzde ancak değişen koşullara uyum sağlamayı kolaylaştıran esnek ve sorumlu stratejilerle gelişmeyi sürdürebilmektedir. Gelişmekte olan pazarlarda artan talep ve beklentileri karşılama arzumuz bu dinamik yapımız içinde çok kısa sürede hedeflerine ulaşacaktır.

Sorumluluklarımız ve sürdürülebilirliğimiz açısından sağlam temeller üzerine yükseldiğine inandığım CCI Türkiye'nin bu konularda göstereceği başarıları sizlerle önümüzdeki yıllarda da paylaşmayı umuyorum.

Saygılarımla
Michael A. O'Neill
CEO



Alkolsüz İçecekler Pazarı

Türkiye'de alkolsüz içecekler pazarının yaklaşık 5 milyar ünite kasa* olduğu tahmin edilmektedir. Tüm pazarın hemen hemen yarısı geleneksel içecek çaydır. İçime hazır içecek olarak tanımlanan pazar ise %23'ü* aşan payı ile yıllık 1 milyar ünite kasayı aşmaktadır. Sektör ekonomide canlılık yaratan kendi etkisinin yanında ilişkili olduğu ambalaj ve tarım sektörleri için de lokomotif görevi yaparak dolaylı yoldan istihdama önemli katkı sağlamaktadır.



Genç nüfusun çoğunlukta olduğu Türkiye'de kişi başı yıllık gazlı içecek tüketimi, Avrupa Birliği ortalamasının çok gerisindedir. Bu sonuçlar Türkiye'yi içecek sektörü için potansiyeli yüksek bir pazar yapmaktadır.

Gazlı içeceklerin, Ramazan ayında, sıcaklıkların arttığı dönemlerde daha fazla tüketilmesi ve Mayıs -Eylül döneminde turist sayısındaki artışlar dönemsel satış rakamlarını olumlu etkilemektedir.

* Kaynak: Canadean

Coca-Cola

Rapor Hakkında

Günümüzde şirketlerin en az başarıları kadar, bu başarıya ulaşma süreçlerini de paydaşlarına açıklamaları beklenmektedir. **CCİ Türkiye** olarak sosyal, çevresel, yaygın ekonomik ve etik sorumluluklarımız hakkındaki performansımızı paydaşlarımızla açık bir biçimde paylaşmak amacıyla hazırladığımız bu rapor, **CCİ Türkiye**'nin sürdürülebilirlik alanında yayımladığı ilk rapordur.



2007 yılı Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Raporumuz dört ana bölümden oluşmaktadır. *İş yerimiz, İş alanımız, Çevre ve Toplum* başlıkları altında

topladığımız KSS performansımızın temelini ise The Coca-Cola Company (TCCC)'nin kurumsal vatandaşlık çerçevesi belirlemektedir. Rapor içeriğinde yer alan öncelikli konular, TCCC'nin Büyüme Manifestosu'nda yer alan ve tüm Coca-Cola Sistemi'nde çözümleri üzerine odaklandığımız küresel sorunlardır. Bu ilk KSS raporumuzda **CCİ Türkiye** olarak faaliyet gösterdiğimiz coğrafyada bu öncelikli küresel sorunlara çözümler ararken sergilediğimiz performansı, somut göstergeler ve uluslararası standartlar çerçevesinde şeffaf ve kapsamlı bir şekilde paydaşlarımıza ulaştırmayı amaçlıyoruz.

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun en önemli ilkelerinden birinin, sosyal, çevresel, yaygın ekonomik ve etik sorumluluklarımızla ilgili paydaş beklentilerini karşılayan, uluslararası standartlarda raporlama yapmak olduğunun bilincindeyiz.

Raporun Bağlayıcılığı ve Kapsamı

Şirket bütünlüğünü yansıtabilmesi için, finansal verilerimizde tüm CCİ performans değerleri açıklanmıştır. Ancak bu raporun kapsamını CCİ Türkiye'nin KSS performansı oluşturmaktadır. Özellikle GRI göstergelerine yönelik açıklamalarımızda bu kapsama bağlı kalınmıştır. Satış hacmimizin %80'inin Türkiye operasyonlarından elde edilmesi nedeniyle ilk raporumuzda CCİ Türkiye performansını raporlamayı tercih ettik. Gelecek yıllarda yayınlayacağımız raporlarda faaliyet gösterdiğimiz tüm coğrafyalardaki performansların yıllık KSS raporlamamız içinde yer alması planlanmaktadır. Raporun bağlayıcılığını, CCİ Türkiye'nin sosyal, çevresel, yaygın ekonomik ve etik alanlardaki performansı oluşturmaktadır. Raporun içeriğinde bu alanlarda öncelikli olduğu belirlenen konulara yer verilmiştir.

Ocak 2007 - Mart 2008 tarihleri arasındaki KSS performansımızı kapsayan bu ilk raporumuzda dünyada yaygın kullanımı olan KSS raporlama çerçevesi, Küresel Raporlama Girişimi (GRI)'nin ilkelerini kullandık. Raporun GRI uygulama düzeyi ise ilk yılımız için C Tipi olarak belirlenmiştir. Coca-Cola İçecek, 2007 Sosyal Sorumluluk raporu ile GRI onayını alan ilk Türk şirketi oldu. İçeriğimiz hazırlanırken aynı zamanda AA1000AS Denetim Standardı'nın temel ilkeleri olan öncelik, bütünlük ve yanıt verebilirlik ilkeleri de gözetilmiştir.

Öncelik: Öncelikli alanlarımız, paydaşlarımızın beklentilerini gözeterek belirlediğimiz, sürdürülebilirliğimizi etkileyen sosyal, çevresel ve ekonomik konulardır.

Bütünlük: CCİ Türkiye öncelikli konularını, bu konulara ilişkin etki alanlarını ve fırsatları, bu konuların şirket ve paydaşları için neden önemli olduğunu bir bütün olarak ele alır.

Yanıt verebilirlik: Paydaşlarımızın etki alanlarımızla ilgili beklentilerini dikkate alır ve öncelikli konularımızla ilgili onlara tutarlı biçimde yanıt veririz.

İlk raporumuzda paydaşlarımız tarafından bize ulaştırılan her geribildirim, sürdürülebilirlik yolculuğumuzda bizler için çok değerli bir yol gösterici olacaktır. Lütfen tüm soru, görüş ve önerilerinizi csr@cci.com.tr adresinden bize ulaştırınız.

Raporumuza www.cci.com.tr adresinden de erişim sağlanabilmektedir.

İŞ YERİMİZ

Gerçekleştirdiklerimiz

- Accountability Rating Türkiye'de 5. olduk.
- İşyeri Hakları Politikası'nı hazırladık.
- Kariyer.net Adayların Seçimi alanında İnsana Saygı Ödülü'nü aldık.
- Kurum içi istihdamımız %57 olarak gerçekleşti.
- Son 7 Yılın En Beğenilen İşyerleri arasında 5. sırada yer aldık.
- Dergimiz The World of Coca-Cola İçecek aramıza katıldı.
- Coca-Cola İçecek Haber Hattı hayata geçti.
- Yalın 6 Sigma uygulamalarına başladık.
- Değerlendirme ve Gelişim Merkezi çalışmalarına başladık.
- Toplam 48,2 saat/kşi eğitim gerçekleştirdik.
- 2007 yılında toplam 967 saat çevre eğitimi verildi. Bu eğitimlere toplam 1.157 çalışanımız katıldı.
- Bireysel Emeklilik Sistemi hayata geçti.
- Satın almaların %95'ini yerel tedarikçilerden sağladık.
- Tedarikçi Yönetim İlkelerimizi revize ettik.



Hedeflerimiz

- CCI Türkiye Sürdürülebilirlik Komitesi'ni kuracağız.
- Çalışan Bağlılığı Anketimizi gerçekleştireceğiz.
- Dengeli Beslenme ve Fiziksel Aktivite Eğitimleri ile hedeflenen çalışan sayısına ulaşacağız.
- İç müşteri memnuniyetimizi arttıracacağız.
- Belirlenen iş ailelerinde ve seviyelerindeki tüm çalışanlarımızın Bireysel Gelişim Planına sahip olması için çalışmalarımızı sürdüreceğiz.
- Paydaş katılımı performansımızı yükselteceğiz.
- Tedarikçi eğitim ve denetim sayısını arttıracacağız.



İŞ ALANIMIZ

- Depozitolu Pet Şişe'yi pilot bölgede satışa sunduk.
- Coca-Cola Zero lansmanını gerçekleştirdik.
- Aseptik Pet Şişe üretimine başladık.
- 2007 yılında 40 adet yeni ürün ambalajını piyasaya sunduk.
- Damla, ürünlerimiz arasına katıldı.
- Veri Merkezi Anlaşması'nı imzaladık.
- 'Meşrubatlar Hakkında Merak Ettikleriniz' kitapçığını yayınladık.



- Depozitolu Pet Şişe uygulamasını yaygınlaştıracacağız.
- Telekonferans altyapımızı iyileştireceğiz.
- Ürün portföyümüzü kalori, tad ve fonksiyon açısından farklı tüketici tercihlerini karşılayacak biçimde geliştirmeye devam edeceğiz.
- Tüketicilerimizin ürünlerimiz hakkında detaylı içerik bilgilerine ulaşabilmesi için yaygın bilgilendirme yapacağız.



ÇEVRE

Gerçekleştirdiklerimiz

- 2007'de Türkiye'deki operasyonlarımızda %19 daha az su kullanarak su kullanım oranımızı 1.62 L/L'ye düşürdük.
- Enerji kullanım oranımız 0.258 MJ/L 'ye düştü.
- Katı atık oranımız 3, 574 g/L olarak gerçekleşti.
- Geri dönüşüm oranımız %90.14 oldu.
- Çorlu fabrikamızda, pet ambalajları su kullanmadan, havayla temizlemeye başladık.
- 2006'da 0,39 L/L olan atık su oranını 2007'de 0,28L/L'e düşürdük.
- 4,3 milyar litre temiz suyun kirlenmesini önledik.
- Sarayköy projesi ile 15,000 kişiye temiz içme suyu sağladık, 50 ton suyun kaybını önledik.
- Tekkeköy - Beypazarı'nda yağmur toplama projesini hayata geçirdik.
- Geçtiğimiz 5 yıl içinde ambalaj atıklarını azaltarak atık miktarını cam şişede 1.265 ton, pet şişede ise 4.400 ton düşürdük.
- Ambalaj Geri dönüşüm Kumbarası uygulamasını Tesco Kipa ortaklığıyla başlattık.
- Forkliftlerimize LPG tüketimini %10 azaltacak donanımlar yerleştirdik.
- HP ile işbirliği yaparak toner kartuşu geri dönüşüm uygulaması başlattık.



Hedeflerimiz

- Enerji kullanım oranımızı %10 azaltacağız.
- İzmir fabrikamızın enerji yönetimi alanında dünyanın en iyi Coca-Cola fabrikası olmasını hedefliyoruz.
- Ulaşımdan kaynaklanan karbondioksit salınımını en aza indirmek amacıyla online konferans sistemine geçeceğiz.
- Ambalajlarımızda daha az ham madde kullanılan hafif ve çevreci alternatiflere geçmek için çalışacağız.

2008 Çevre Performans Hedeflerimiz

Göstergeler	Hedef
Su kullanım oranı	1,61 L/L
Enerji kullanım oranı	0,26 MJ/L
Katı atık oranı	3,39 g/L
Geri dönüşüm	% 90.58

TOPLUM

- 2007 yılında Anadolu Vakfı'na 5 milyon YTL bağış yaptık.
- Soundwave Üniversite Turu 5. yılında 200.000 gençle buluştu.
- İzmir'de Coca-Cola Hatıra Ormanı'nı hayata geçirdik.
- 7.000'i aşkın fabrika ziyaretçisiyle üretim sahalarımızı paydaşlarımıza açtık ve şirketimizi daha yakından tanıtırma fırsatı bulduk.



- Çevre konusundaki toplumsal duyarlılığı artırmak amacıyla ilgili sivil toplum kuruluşlarıyla işbirlikleri geliştireceğiz.
- Çalışanlarımızın yaptıkları gönüllü bağışlara destek politikasını yaygınlaştırarak, toplumsal gelişime katkıda bulunmayı sürdüreceğiz.



Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejimiz

Tüm paydaşlarımızın etki alanlarımızla ilgili görüş ve önerilerini dikkate alarak toplumsal sorunların çözümünde etkin rol üstlenmek, sürdürülebilir iş alanımız için büyük önem taşımaktadır. Coca-Cola İçecek Türkiye olarak kurumsal sosyal sorumluluk stratejimiz CCİ'nin itibarını artırmak ve kilit sektör sorunlarını çözmek için iletişim kanallarının etkin kullanılması üzerine odaklanmıştır.

Böylelikle Coca-Cola İçecek'in;

1. Tüm paydaşlarımız için güvenilir bir ortak olması,
2. Paydaşlarımızın beklentilerini karşılayan ve sürekli gelişen bir performans göstererek sahip olduğu tüm varlıkları sürdürülebilir kılması amaçlanmaktadır.



Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yönetimimiz

Şirketimizde kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) yönetimi, İcra Kurulu düzeyinde ve Dış İlişkiler Bölümü sorumluluğundadır. KSS uygulamaları 2008 yılından itibaren kurulması planlanan **CCİ Türkiye Sürdürülebilirlik Komitesi** tarafından yürütülecektir.

CCİ Türkiye Sürdürülebilirlik Komitesi, CCİ Türkiye Genel Müdürü, Genel Müdür'e doğrudan raporlama yapan yöneticiler, Kurumsal İnsan Kaynakları, Kurumsal İlişkiler ve Kurumsal Hukuk bölümlerinin temsilcilerinden oluşacaktır.

CCİ Türkiye Sürdürülebilirlik Komitesi, KSS ile ilgili alanlarda karar alınması ve uygulanmasından sorumludur. Sürdürülebilirlik Komitesi, çalışmalarını farklı departmanların temsilcilerinden oluşan KSS takımı koordinasyonunda yürütecektir.

KSS Takımı Sorumluluk Alanları

- KSS stratejisinin, politika ve hedeflerinin oluşturulması,
- Şirket içinde ilgili bölümler tarafından sosyal, çevresel ve yaygın ekonomik sorumluluklarla ilgili hedeflerin belirlenmesi ve performansların izlenmesi,
- Paydaş Katılımı uygulamaları için bir sistem oluşturulması,
- Tüm CCİ çalışanları arasında KSS ile ilgili konularda farkındalığın artırılması,
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu'nun hazırlanması ve yayınlanması,
- Belirlenecek KSS strateji, politika ve hedeflerinin üst yönetim tarafından desteklenmesi ve uygulamalarının takibinin sağlanması olarak belirlenmiştir.

Coca-Cola Sistemi ve Paydaşlarımız

Coca-Cola Sistemi'ni Tanıyalım

Coca-Cola İçecek (CCI): İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören Coca-Cola İçecek A.Ş. (CCI), Güney Avrasya (Türkiye, Kafkaslar, Orta Asya) ve Ortadoğu'yu kapsayan bir coğrafyada faaliyet gösteren ve Coca-Cola Sistemi'nin önde gelen şişeleycilerinden biridir. CCI'in faaliyeti esas olarak The Coca-Cola Company (TCCC) markaları altında üretilen gazlı ve gazsız alkolsüz içeceklerin Türkiye, Kazakistan, Azerbaycan, Ürdün ve Kırgızistan'da üretim, satış ve dağıtımından oluşmaktadır. Ayrıca CCI'in Türkmenistan'daki Coca-Cola Şişeleme şirketi Türkmenistan Coca-Cola Bottlers Ltd.'de %33,3 payı bulunmaktadır. Diğer yandan, CCI Irak ve Suriye'deki TCCC markalarının dağıtım haklarına sahip olan ortaklıklardaki payları nedeniyle gelecekte Irak ve Suriye'de de tek şişeleyci olma seçeneğine de sahiptir.



The Coca-Cola Company (TCCC): 1886 yılında kurulmuştur. 450'den fazla içecek çeşidinin üretiminde kullanılan konsantre ve şurupları üreten, pazarlayan ve dağıtan en büyük şirketlerden biridir. 200'den fazla ülkede faaliyet gösteren şirketin merkezi Amerika Birleşik Devletleri'nde Atlanta'da bulunmaktadır.

Coca-Cola Sistemi: TCCC'nin ve tüm dünyada 300'den fazla şişeleyci ortağın oluşturduğu sistemin özel adıdır.

Coca-Cola Türkiye Sistemi: TCCC ve CCI Türkiye operasyonunu içine alan sistemdir.

Coca-Cola İçecek Türkiye (CCI Türkiye):

Coca-Cola İçecek A.Ş.'nin Türkiye operasyonunu kapsayan bölümüdür.



Paydaşlarımız

Faaliyetlerimiz nedeniyle etkilediğimiz ya da faaliyetlerimizi etkileyen kişi, grup ya da kuruluşların tümü paydaşlarımızdır. Görüş ve değerlendirmeleri bizim için değer ifade eden tüm paydaşlarımızın yanı sıra öncelikli paydaşlarımız aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.



CCI Türkiye'de paydaş katılımı

Paydaşlar	Diyalog Platformu	Diyalog Hedefi
Çalışanlarımız	İç iletişim yayınları, çalışan toplantıları, açık kapı politikası, çalışan anketleri.	Yetenekli işgücünü bünyemizde tutmak, geliştirmek, cezbetmek.
Sendika	Sendika temsilciliği, toplu iş sözleşmesi.	Sürdürülebilir iş barışı için karşılıklı fayda sağlayacak yöntemler geliştirmek.
Bayilerimiz	Bayi toplantıları, düzenli ziyaretler, eğitim programları, fabrika ziyaretleri.	Sürdürülebilir ve karşılıklı fayda sağlayan iş ortaklığı anlayışı.
Tedarikçilerimiz	Eğitim programları, iyileştirme denetimleri, fabrika ziyaretleri.	Sürdürülebilir kalite ve iş yürütme ilkelerine uygunluk.
Müşterilerimiz	Eğitimler, destek programları, düzenli ziyaretler, fabrika ziyaretleri.	Sürdürülebilir ve karşılıklı fayda sağlayan iş ortaklığı anlayışı.
Tüketicilerimiz	Danışma merkezi, online iletişim platformu, bilgilendirici yayınlar, fabrika ziyaretleri.	Tüketici memnuniyetinin sürekliliği ve şeffaf iletişim.
Yatırımcılarımız	Yatırımcı toplantıları, faaliyet raporları, websitesi, telekonferans.	Sürdürülebilir ve karşılıklı fayda sağlayan iş ortaklığı anlayışı.
Sivil Toplum Kuruluşları	Proje ortaklıkları.	Toplumsal gelişime katkı ve çözüm ortaklığı.
Medya	Basın toplantıları, demeçler, düzenli bilgilendirmeler, websitesi.	Toplumsal haber alma hakkı, kurumsal itibar ve şeffaflık.
Toplum	Bağışlar, websitesi, fabrika ziyaretleri.	Sürdürülebilir kalkınmada etkin rol almak.
Üniversite ve Teknik Eğitim Okulları	Kariyer günleri, staj olanakları, ortak projeler.	İş sonuçlarına ve katılımcı öğrencilerin kişisel gelişimine katkı ve yetenekli işgücünü cezbetme.
Kamu kurum ve kuruluşları	Sektörel gelişime katkı için bilgilendirme, yasa ve yönetmeliklere tam uyum.	Etik rekabet ve müşteri memnuniyeti için sürdürülebilir düzenlemeler.
Yerel halk	Fabrika ziyaretleri.	İyi komşuluk ilişkilerini sürdürmek.

İşimizi etik ve sorumlu olarak yürütmenin en temel değer olduğunun bilincindeyiz.



Önceliklerimiz

İşyerimiz

Faaliyette bulunduğumuz ve ekonomik değer yarattığımız coğrafyada en iyi işveren olma hedefimizi gerçekleştirmek için mükemmel sonuçlara ulaşarak çalışanlarımıza ilham vermeyi ve onları bu doğrultuda teşvik etmeyi amaçlıyoruz. Başarımızın çalışanlarımıza bağlı olduğu bilinciyle, “bizi biz yapanın” çalışanlarımızın yetenek, bilgi, deneyim ve tutkuları olduğuna inanıyoruz. Çalışanlarımızın güvenini sadece yasal yükümlülüklerimizi yerine getirerek değil, aynı zamanda en yüksek kalite standartlarını uygulayarak ve dürüstlük, sorumluluk, mükemmellik gibi temel değerlerimizle kazandık.

Öncelikli gündemimiz: Yetenekli işgücünü bünyemizde tutmayı, geliştirmeyi ve cezbetmeyi sürdürmektir.

İş Alanımız

Tüketicilerimizin değişen beklentilerine hizmet etmek amacıyla, tüm paydaşlarımız için sorumluluklarımızı yerine getirirken üstün kaliteyi temin etmek en önemli varlık nedenimizdir.

Öncelikli gündemimiz: Tüketici memnuniyetinin sürekliliğini sağlamak ve şeffaf iletişim stratejimizi sürdürmektir.

Çevre

Coca-Cola Sistemi'nin çevreyle ilgili taahhütleri, etki alanımız içinde öncelikli konularımız arasında yer alan su yönetimi, sürdürülebilir paketleme, enerji ve iklim koruması gibi alanlara odaklanmıştır.

Öncelikli gündemimiz: Sürdürülebilir su kaynakları, enerji verimliliği ve çevre koruma ile ürün ambalajlarının geri dönüşümüdür.

Toplum

Coca-Cola İçecek olarak sürdürülebilir toplumlara hizmet etme ve değer katma taahhüdünde bulunarak sadece hizmet ettiğimiz toplumların yaşam kalitesinin gelişmesiyle kurumsal gelişimize katkıda bulunacağımıza inanıyoruz. İşimizi etik ve sorumlu olarak yürütmenin en temel değer olduğunun bilincindeyiz.

Öncelikli gündemimiz: Sürdürülebilir kalkınmada etkin rol almaktır.

“ CCI Türkiye için öğrenen organizasyon olmak yalnız yeni bilgiler elde etmek değil, ayrıca bu bilgileri paylaşmak, hayata geçirmek ve destekleyerek geliştirmektir. ”



İş Yerimiz

Çalışanlarımız

Tedarik Zincirimiz

Bayilerimiz

Kurumsal Yönetim Anlayışımız

İş Yerimiz

CCİ Türkiye olarak, 2.200'den fazla çalışanımız, 7.000'den fazla aktif tedarikçimiz, 350 ana bayimiz, 7.000 bayi çalışanımız ve 275.000 satış noktamız sayesinde her gün milyonlarca kişiyi, en yüksek kalitede içeceklerle buluştururuz.

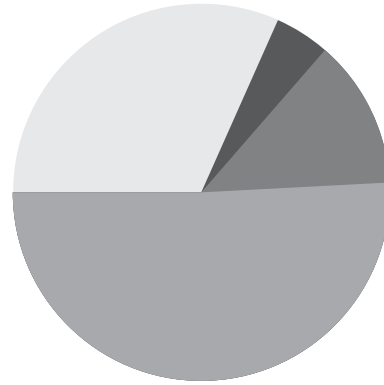
Coca-Cola Sistemi içinde değer zincirimiz olarak adlandırdığımız bu kalabalık aile işyerimizi oluşturur. İş ortamımızın değer zincirimize ilham veren, çalışanlarımızın yaratıcılıklarını artıran, kişisel becerilerini kullanabildikleri bir yer olması en büyük hedefimizdir.

Coca-Cola Türkiye Sisteminde Uyguladığımız Dış Standartlar	
ISO 9001	Uluslararası Kalite Yönetim Sistemi Standardı
ISO 14001	Uluslararası Çevre Yönetim Sistemi Standardı
OHSAS 18001	Uluslararası İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Standardı
ISO 22000	Uluslararası Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Standardı
Küresel Raporlama Girişimi (GRI)	Uluslararası Sürdürülebilirlik Raporlaması Çerçevesi



Çalışanlarımız

CCİ Türkiye'de İnsan Kaynakları uygulamaları, şirketin ve çalışanların gereksinimlerine yönelik olmasının yanı sıra proaktif çözümler geliştirilmesinde ve sürdürülebilir performansın en yüksek düzeye çıkarılmasında önemli rol oynamaktadır. CCİ Türkiye, sahip olduğu insan gücünü en önemli rekabet unsuru olarak görür ve İnsan Kaynakları sistemlerini bu noktadan hareketle oluşturmuştur. CCİ İnsan Kaynakları çalışmalarını yetenek yönetimi, eşit fırsat yaratılması, başarılı çalışmaların saptanması ve çalışan profilinde çeşitlilik üzerine yoğunlaştırmıştır. Amacımız interaktif ve motive edici bir çalışma ortamı sağlayarak çalışanlarımızın potansiyel yeteneklerini ve üretkenliklerini ortaya çıkarmaktır.



Çalışanlarımızın yaş gruplarına göre dağılımı

■ 18-25 ■ 26-35 ■ 36-45 ■ 46 ve üzeri

CCİ Türkiye Çalışanları	Ortalama Yaş	Ortalama Kıdem Yılı	Cinsiyet	%	Üst Yönetim	%	Mavi Yakalı sayısı	%	Beyaz Yakalı sayısı	%
Kadın	30	6	235	10,6%	1	14,3%	4	0,4%	231	18%
Erkek	33	6	1.985	89,4%	6	85,7%	928	99,6%	1.057	82%
Genel Toplam	33	6	2.220	100,0%	7	100,0%	932	100,0%	1.288	100%

Çalışan türü	Çalışan alt Grubu	Ankara	Antalya	Asya	Avrupa	Bursa	Elazığ	GM	İzmir	Mahmudiye	Masc	Mersin	Trabzon	Trakya	Genel Toplam
Normal	Doktor	2			1	2		1	1	1				1	9
	Kapsam dışı Sürekli	328	103	102	143	144	41	154	174	46	20	138	43	83	1519
	Kapsam dışı geçici			1	1			3	3	9		1		3	21
	Part-Time	6	1	3	6	2		13	3			1	1	1	37
	Kapsam içi sürekli	92				111			81			121		219	624
	Kapsam içi geçici							1						3	4
Normal Toplam		428	104	106	151	259	41	171	263	56	20	261	44	310	2214
Emekli	Kapsam dışı sürekli.					1			1	1					3
	Kapsam içi sürekli	2												1	3
Emekli Toplam		2				1			1	1				1	7
Genel Toplam		430	104	106	151	260	41	171	264	57	20	261	44	311	2220

TCCC'de Çalışan Hakları Politikası

TCCC, Büyüme Manifestosu'nda kurumsal sosyal sorumluluğa verdiği önemi ve dünyanın en saygı gören şirketleri arasında yer almanın getirdiği sorumlulukları açıklamıştır. Saygı gören bir şirket olmamızın temelinde çalışanlarımıza adil ve saygılı davranma ilkemiz bulunur. Coca-Cola Sistemi, bu ilkelerini 2007 yılında hazırladığı *İşyeri Hakları Politikası* ile güvence altına almıştır.

Tüm Coca-Cola Sistemi'nde uygulanan *Çalışan Hakları Politikası*, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi ve Küresel İlkeler Sözleşmesi referans alınarak hazırlanmıştır. Bu politika tüm CCI Türkiye çalışanları ve tedarikçileri için geçerlidir.

Çalışan Hakları Politikamız;

- Sendikalaşma hakkı,
- Zorla işçi çalıştırmama,
- Çocuk işçi çalıştırmama,
- Ayrımcılık yapmama,
- İşçi sağlığı ve güvenliğinin sağlanması,
- Kanunlara uygun çalışma koşullarını sağlama,
- Paydaş katılımı uygulamaları,
- Uygun çalışma saatleri ve ücretlerinin sağlanması ile ilgili ilkelere açıklık getirir.

Politika ilkelerimizle işyerinde karşı karşıya kaldıkları yasa ve uygulamalar arasında tutarsızlık olduğunu düşünen çalışanlarımız soru ve şikâyetlerini, hiçbir baskı altında kalmadan, kendilerini güvence altında hissederek, Yönetim, İnsan Kaynakları, İç Denetim ya da Hukuk Departmanlarımıza bildirebilir.



CCI Türkiye' nin Çalışanlarına Karşı Sorumlulukları

CCI Türkiye,

- İşe alımlarda ve ücretlendirme/terfi gibi uygulamalarda ırk, renk, din, cinsiyet, fiziki engel gibi özelliklerinden dolayı çalışanlar arasında ayrım yapmaz.
- **Açık Kapı Politikası** gereği, tüm çalışanlarının kurumun üst yönetimine kolaylıkla ulaşabilmelerini sağlar.
- Çalışma koşullarında eşitlik ilkesini benimsemiştir; çalışanların niteliklerine, performansına dayalı ücretlendirme ve terfi politikası izlemektedir.
- Çalışanlarına ait kişisel bilgilerin korunması için gereken özeni gösterir.
- Sürekli gelişim amacıyla çalışanlarının beklenen performansa ulaşabilmeleri için gereksinim duyacakları eğitimleri almalarını sağlar.
- İşyeri güvenliğini ve çalışanların sağlığını korumak amacıyla gereken önlemleri alır.



İş Yerimiz

CCİ Türkiye'de Kariyer

Şirketimizin işe alım politikası, adayların ilgili pozisyonlar için objektif kriterlere göre değerlendirilmesi ve kurum kültürüne uygun kişilerin şirketimize kazandırılması üzerine kurulmuştur

CCİ Türkiye, bu politika çerçevesinde kullanılan ve şirket dışından işe alımların büyük çoğunluğunun gerçekleştirildiği insan kaynakları portalı Kariyer.Net'in *İnsana Saygı Ödülü*'nü son iki yıldır *Adayların Seçimi* alanında kazanmaktadır. Bu ödül, adaylar tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda verilmektedir. Ödüllendirme sistemi insan kaynakları alanında yürütülen başarılı çalışmaların takdir edilmesini amaçlamaktadır.

CCİ Türkiye'de, doğru hedefler koyarak ve uygun yetenekleri istihdam ederek kariyer yolculuğunu başlatırız. İşe alımlarda dil, din, milliyet, cinsiyet ayrımcılığına karşıyız. Küresel bir markanın yerel ortağı olarak kültürel çeşitliliğin önemine inanırız. CCİ Türkiye çalışan profili incelendiğinde; tüm çalışanların %10,7'sinin, yönetim kadrosunun ise %11,9'unun kadın olduğu görülmektedir.

İşe yeni başlayan arkadaşlarımız Basics of the Coca-Cola System (BOCSS) adlı uyum programına katılır ve Coca-Cola Sistemi'nin bir parçası olmanın gerektirdiği değerlerimizle tanışır. Eğitim kapsamında şirketin tarihçesi ve en güncel operasyon bilgileri ana hatlarıyla yeni çalışanlarımızla paylaşılır. Ayrıca işe yeni başlayan çalışanlarımız iş sağlığı, güvenliği ve etik ilkeler gibi konularda da eğitimler alır.



Kurumsal vizyonumuz ve değerlerimiz organizasyonumuzun amacını belirlerken çalışanlarımıza da yol göstermektedir. Büyümeye devam edebilmek için bilgi paylaşımı, değişime açık olma, girişimcilik ruhu, liderlik, tutku, güvenilirlik, hesap verebilme, işbirliği, yenilikçilik, kalite, saygı ve eğlence gibi birincil değerlerimizi hayata geçirerek CCİ Türkiye bünyesinde çalışanların birbirleriyle uyum içinde çalışabilmeleri gerektiğine inanırız.



Çalışan Performans Yönetimi

Çalışanlarımız her yıl, bir önceki yıl gösterdikleri performansa göre değerlendirmeye alınır. Performans değerlendirme sürecinde çalışanların bir üst yöneticileri ile birebir görüşme yapmaları sağlanır ve yılbaşında belirlenen hedeflerini ne oranda ve nasıl gerçekleştirdikleri ölçümlenir. Pozisyonların gerekliliği olan yetkinlikler de göz önüne alınarak çalışan başarıları birçok farklı açıdan değerlendirilir. Değerlendirme sürecinin sonunda çalışanın gelişmeye açık yönleri için gerekli geliştirme programları belirlenir ve izleyen yıl, çalışan kendileri için planlanan bu programlara katılır.

Bu sistemle her çalışanın performansını en iyi biçimde gösterebileceği ve başarıya ulaşabilmeleri için desteklendiği bir çalışma ortamı sağlanmış olur. Yıl içinde ara değerlendirmeler yapılır. Değişen koşullara göre hedefler ve programlar gerekirse revize edilebilir. CCİ Türkiye, çalışanlarının başarılarını ve performanslarını yakından izler ve personel yönetimi için belirli bir sistem uygular. İşe alım, terfi/atama, takdir etme, yetenek geliştirme ve kariyer planlama bu sistemin kapsamı içindedir. Performans yönetimi sistemimiz kapsamında belirlenen iş ailelerinde ve seviyelerindeki tüm çalışanlarımızın *Bireysel Gelişim Planına* sahip olması için çalışmalarımızı sürdüreceğiz

Düşük performans, davranış bozukluğu, devamsızlık, deneme süresindeki yetersizlik gibi nedenlerden kaynaklanan işten çıkarmalarda yasal ihbar süresi ve şartları dikkate alınarak işlem yapılır. 2007 yılında çalışan sirkülasyonu oranımız %11.28 olarak gerçekleşmiştir.



Kurum İçi İstihdam Yönetim Sistemi

Başarılı çalışanlara eşit kariyer fırsatları yaratmak ve bu sayede organizasyonun sürekliliğini sağlamak amacıyla Şirket İçi İstihdam Yönetim Sistemi etkin olarak kullanılmaktadır. Bu sistemde, dışarıdan eleman alma sürecinden önce veya bu sürece paralel olarak, şirket içinde boş pozisyonun duyurulması yoluyla mevcut çalışanlar için gelişim ve ilerleme fırsatı yaratılmaktadır. 2007 yılı içerisinde iç istihdam oranı %57 olarak gerçekleşmiştir. Böylelikle yıl içinde 97 pozisyon şirket içinden atamalarla doldurulmuştur.

Ücretlendirme Politikası: Adalet ve Şeffaflık

CCİ Türkiye'de adil ve şeffaf bir ücretlendirme politikası vardır. Ücretlendirme politikamızı yaş, cinsiyet ve diğer ayrımcılığa yol açan kriterler etkilemez. Ücret politikamızı belirlerken genel kabul görmüş iş değerlendirme ve kademelendirme sistemi ve ücret araştırmalarından faydalanırız. Çalışanlarımıza sağladığımız sosyal haklar ve olanaklar arasında aile fertlerini kapsayan Özel Sağlık Sigortası, çalışanlarımız ve eşlerini kapsayan Hayat Sigortası, pozisyon ve görev gereği araç ile mobil iletişim araçları bulunmaktadır.

CCİ bünyesinde verilen yan haklara ilave olarak, Mart 2008'den itibaren Bireysel Emeklilik Sistemi (BES) uygulamasına başlanmıştır. BES kapsamına katılmak isteyen çalışanlar aylık brüt ücretlerinin en az %2'si oranında prim ödemeleri halinde CCİ de çalışanı adına aynı oranda katkıda bulunur. Böylelikle çalışanın bireysel emeklilik sigortası için ödediği prim CCİ'nin katılımı ile birlikte 2 katına çıkar.



Coca-Cola Türkiye Son 7 yılın en beğenilen işyerleri arasında

Capital Dergisi'nin 2001 yılından beri yayınladığı **En Beğenilen Şirketler** araştırmasında bu yıl şirketlerin istikrarı da değerlendirildi ve liste **Son 7 yılın en Beğenilen Şirketleri** olarak açıklandı. Coca-Cola Türkiye ulusal ve uluslararası pek çok şirketi geride bırakarak 5. oldu. Coca-Cola Türkiye'yi en beğenilenler ligine taşıyan temel özellikler; global organizasyonlarda elde edilen başarılar, etkin insan kaynakları politikaları, başarılı yönetim takımları, güçlü liderler, müşteri odaklı yaklaşım, alanında lider kuruluş olmak, başarılı kurumsal yönetim, sosyal sorumluluklarını yerine getirmek ve yenilikçi yaklaşımları oldu. Araştırma dahilinde ayrıca Türkiye'deki CEO'ların çalışmak istediği en gözde 20 şirket belirlendi. Yenilikçi yapısı ve yöneticilerine fark yaratma anlamında verdiği fırsatlar sayesinde Coca-Cola Türkiye, pek çok yöneticinin çalışmak istediği işyerleri arasında ilk sıralarda yer almıştır. CEO ve genel müdür düzeyinde 105 kişinin katıldığı araştırmada Coca-Cola Türkiye liderlerin en çok çalışmak istediği 4. işyeri olarak seçilmiştir.

Sıra	Şirket	Puan
1	ARÇELİK	19,29
2	KOÇ HOLDİNG	18,43
3	VESTEL	17,29
3	TURKCELL	17,29
4	SABANCI HOLDİNG	16,29
5	COCA-COLA	14,29
6	GARANTİ BANKASI	13,86
7	ECZACIBAŞI HOLDİNG	13,43
8	ÜLKER	12,43
9	UNILEVER	11,71
10	PROCTER & GAMBLE	10,00
11	MICROSOFT	9,29
12	ZORLU HOLDİNG	6,71
13	AKBANK	5,00
14	T. İŞ BANKASI	4,71
15	DOĞUŞ HOLDİNG	4,29
16	FORD OTOSAN	3,43
17	İBM TÜRK	3,00
18	İFEŞ PILSEN	2,86
19	ALARKO	2,14
19	BEKO	2,14
20	MİGROS	1,86



Çalışan Bağlılığı

Çalışanlarımızın işlerinden keyif almalarını sağlamak ve iş ortamını iyileştirme önerilerini almak bizim için önemlidir. 2008 yılından başlayarak düzenli biçimde bu amaçla iki yılda bir, Çalışan Bağlılık Anketlerini hayata geçireceğiz. İşyerimizin daha iyi bir çalışma ortamı olması için yapılması gerekenler konusunda görüş almak ve İnsan Kaynakları politikamızı bu doğrultuda oluşturmak önemli hedeflerimiz arasındadır. Çalışanlarımız beklentilerini ve gereksinimlerini bizimle paylaşma konusunda istekli oldukça, onları gelişim ve eğitimleriyle ilgili cesaretlendirmek ve desteklemek de bizim en önemli görevlerimizdendir.

İç İletişim

İç iletişimimizi büyük oranda intranet sistemimiz CokePort üzerinden sağlıyoruz. Açılış sayfasında CEO mesajımızın yer aldığı CokePort'tan çalışanlarımız tüm şirket haberlerine, politika ve prosedürlere, organizasyon şeması ve dahili telefonlara, günlük pratik bilgilere (döviz kurları vs), elektronik formlara (masraf formu, izin formu, performans değerlendirme formu vs.) çalışanların doğum günü tarihlerine, eğitim takvimlerine, açık pozisyon ve yeni atama bilgilerine ulaşabilir. CokePort'u 1288 beyaz yaka çalışanımız arasından günlük ortalama 700 kullanıcı ziyaret eder.

Çalışanlarımızın yaratıcı fikirleri ve farklı bakış açıları, operasyonel mükemmelliğimizin temel taşıdır. Çalışan görüşlerine ve önerilerine değer veriz. İş Etiği Kodu'nda da belirtildiği üzere uyguladığımız Açık Kapı Politikası gereği çalışanlarımız şirket üst yönetimine kolaylıkla ulaşabilir, her türlü görüş, öneri ve şikâyetlerini iletebilir.

Her ay düzenli olarak hazırladığımız ve şirket içi panolara yerleştirdiğimiz Coca-Cola İçecek Haber Hattı, o ay içinde şirketimizde meydana gelen önemli olayları çalışanlarımıza duyurur. Bu sayede bilgisayar kullanmayan çalışanlarımıza da ulaşırız.



Kurum içi yayınlarımız da iç iletişim çalışmalarımızda önemli bir yer tutar. 1999 yılında yayın hayatına başlayan kurum içi dergimiz, 2007 yılından itibaren yeniden düzenlenerek *The World of Coca-Cola İçecek* adıyla, faaliyet gösterdiğimiz tüm ülkelerde yayınlanmaktadır. CCI Türkiye ailesini ilgilendiren önemli olayları paylaştığımız, farklı ülkeleri tanıttığımız dergimiz, bu ülkelerde aynı işi yapan büyük bir ailenin etkin bir iletişim aracıdır.

Çalışanlarımızın iş ortamımız dışında da keyifli zaman geçirmesi için düzenlediğimiz sosyal organizasyonlar şirket içi diyalogumuzun gelişmesine katkı sağlar. Her yıl düzenlediğimiz piknikler, yılbaşı partileriyle çalışanlarımızın birbirlerini daha yakından tanımalarını amaçlarız.

Mükemmele Yolculukta Çalışanlarımızın Önerileri

Bütün CCI Türkiye çalışanlarının katılımına açık olan ve 2005'ten beri düzenlediğimiz Coke Star, CCI'in çalışan öneri sistemidir. **Coke Star**'ın amacı başarılı projeleri ödüllendirmek ve hayata geçirmektir. Seçimlerde en önemli kriterleri, sunulan projelerin özgün ve uygulanabilir olması, kurumsal değer ve satış desteği sağlayacak potansiyele sahip olması oluşturur. Yarışmaya katılmak isteyen çalışan, projesiyle önce görev yaptığı bölgede değerlendirmeye alınır. Bölge birincileri yarı final ve final değerlendirmesine katılır. Coke Star'da projesi ödüle layık görülen çalışanlar her yıl Şubat ayında gerçekleştirilen bayi toplantısında açıklanır ve ödül çeklerini törenle alır.

Coke Star'a yapılan bir öneri ile pet şişe kolilerinde kullanılan karton tabanlar kaldırılmış ve bu proje sayesinde 13 bin ton karton atık engellenmiştir.



Yalın 6 Sigma Yeşil Kuşak Projeleri 2007

Çalışan önerilerini hayata geçirdiğimiz bir başka yönetim modelimiz de Yalın 6 Sigma'dır. *Yalın 6 Sigma Yeşil Kuşak Projeleri*'nin çalışmalarına tüm fabrikalarımızda 2007 yılı Mart ayında başlandı.

Lokasyon	Proje Konusu	Amaç
Çorlu ve İzmir	Enerji Tasarrufu (Elektrik-LPG)	Mevcut ve artan enerji ihtiyacını daha az enerji ile karşılayarak hem enerji kaynaklarını daha az tüketerek çevreyi korumak, hem de maliyetleri düşürmek.
Bursa	Depolar arası sevkiyatı ortadan kaldırmak	Müşteriye doğrudan ürün sevkiyatını artırarak sevkiyat ve lojistik maliyetini düşürmek, çevresel etkiyi azaltmak
Mersin	Kutu hattı verimliliğini artırmak	Birim zamanda çıkan ürün miktarını artırarak hem satış gereksinimlerine çabuk yanıt verebilmek hem de maliyeti düşürmek
Ankara	Ürün bulunabilirliğini artırmak	Satıştan gelebilecek taleplere tam ve zamanında yanıt vererek müşteri memnuniyeti sağlamak

Yalın Altı Sigma Yeşil Kuşak projeleri yapılan ödül töreni ile sonuçlandı. Törene Coca-Cola İçecek Türkiye Genel Müdürü Sn. Hüseyin Akın, Tedarik Zinciri Direktörü Sn. Kerem Kerimoğlu ve İnsan Kaynakları Müdürü Sn. Kaan Böke'de katıldı. Ankara, Mersin, Çorlu, Bursa, İzmir fabrikalarından ve HQ'dan bu proje için seçilmiş üçer Yeşil Kuşak adayı sertifikalarını ve kuşaklarını yaptıkları sunumların ardından Sn. Hüseyin Akın'dan aldılar.



Organizasyonel Gelişim

Sürekli gelişen ve öğrenen organizasyon olmak CCI İş İlkelerinin en öncelikli maddesidir. Sürekli gelişim için yeni yöntemler öğrenmek ve onları uygulamak

tüm çalışanlarımızın bireysel sorumluluğudur. CCI Türkiye için öğrenen organizasyon olmak ise yalnız yeni bilgiler elde etmek değil, ayrıca bu bilgileri paylaşmak, hayata geçirmek ve destekleyerek geliştirmektir. Tüm çalışanlarımızın öğrenme süreçlerine erişimlerinin yanı sıra yerel ve uluslararası deneyimlerin paylaşılmasını da sağlamak öğrenen organizasyon olmanın temel gereklilikleridir.

Bu ilkeler doğrultusunda çalışanlarımızla sürdürdüğümüz ilişkilere değer verir ve kaynaklarımızı tüm çalışanlarımızın başarısını desteklemeye odaklarız. Her kademede çalışan gelişimini sağlayabilmemizin temel nedeni yöneticilerimizin zamanlarının önemli bir kısmını çalışanların gelişimi için ayırmış olmalarıdır. Bu sayede çalışanlarımız kendilerini CCI Türkiye ile daha çok özdeşleştirir ve başarıya daha iyi odaklanırlar.

CCI Türkiye İnsan Kaynakları vizyonu, en nitelikli insan kaynağını cezbedip bünyesinde tutmak ve onu değişen iş koşullarının gerektirdiği bilgi, beceri ve yetkinlikler doğrultusunda sürekli geliştirerek şirketin sürdürülebilir başarısına katkıda bulunmak üzerine geliştirilmiştir. Bu vizyondan hareketle, yüksek performansa ve potansiyele sahip çalışanlar belirlenir ve Yetenek Yönetimi Sistemi dahilinde ele alınır. Bu sistem Seçme

Yerleştirme, Performans Yönetimi, Eğitim ve Gelişim gibi diğer İK sistemleri ile yakından ilişkilidir.

Çalışanların mevcut ve potansiyel yetkinlikleri hakkında kapsamlı ve objektif bilgi edinerek hem gelişim gereksinimlerini belirleyerek doğru alanlara yatırım yapmak, hem de sağlıklı bir organizasyonel planlama için veri sağlamak hedefimizdir. Bu amaçla, Değerlendirme ve Gelişim Merkezi çalışmaları yapılmaktadır. Merkezden elde edilen bilgiler, oluşabilecek pozisyonlara atanacak en doğru kişileri belirlemek için de ek bir veri olarak kullanılmaktadır. 2007 Ağustos ayından itibaren, toplam 242 çalışanımız bu sürece dahil edilmiştir.



Kuruluşumuz, sektöre ilişkin ileri teknoloji kullanabilen ve pazarlama stratejileri konusunda yetkin personel yetiştirmektedir. Bu nedenle kendi alanında yetkin çalışanlarımız yurt içinde çeşitli görevlere getirilmekte ve yurt dışında da yönetici pozisyonlarına gelmektedir. Şirkete yeni katılan çalışanlarımızın satış ve dağıtım

sürecini zamandan ve mekândan bağımsız olarak süratle kavramaları için Türkçe, Rusça, Arapça ve İngilizce dillerinde *Preseller'in Bir Günü* filmleri hazırlanmıştır.

Önem verdiğimiz diğer eğitim alanı da işçi sağlığı ve güvenliğidir. Bu eğitimler hem aramıza yeni katılan çalışma arkadaşlarımıza hem de periyodik olarak bilgilerini tazelemek için diğer çalışanlarımıza ve iş ortaklarımıza verilmektedir. Bu kapsamda fabrikalarımızda görev yapan forklift operatörlerimiz Güvenli Forklift Kullanımı-İSİG-Bakım konularından oluşan sınavlardan geçirilir; başarı gösteren ve dereceye giren Forklift Operatörlerine törenlerle sertifikaları verilir.

İş sağlığı güvenliği eğitimlerinin yanı sıra mavi yaka personelimize düzenli olarak verdiğimiz diğer eğitimler ise operasyon, destekleyici ve teknik eğitimler olarak gruplandırılırken beyaz yaka personelimize verilen düzenli eğitimler de satış ve pazarlama, kurumsal ve kişisel gelişim eğitimleri başlıkları altında toplanır.

Yıl boyunca yapılan düzenli eğitimlerin yanı sıra, çalışanlar *CCİ Campus* adındaki e-eğitim portalından yararlanabilir; söz konusu portalden kurum içindeki ileri düzey eğitimler, şirket dışı kuruluşlardaki eğitimler, staj eğitimleri, seminer ve atölye çalışmaları gibi çeşitli eğitim etkinlikleri hakkında bilgi edinilebilir. Çalışanlarımız, e-learning programımız sayesinde, güvenli bir çalışma ortamı yaratmanın püf noktaları, doğal afetler karşısında yapılması gerekenler gibi pek çok konuda bilgi sahibi olmaktadır. Bu bağlamda İş Güvenliği ve İşçi Sağlığı eğitimleri de verilmektedir. Satış ve ofis çalışanları, ambar çalışanları ve teknik/üretim çalışanları olmak üzere üç ayrı kategorideki çalışanlar için ayrı ayrı verilen eğitim, iş yerinde olduğu kadar özel hayatta da yararlanılabilecek bir birikim sağlamaktadır.

E-learning kapsamında verilen eğitimler:

- Altı Sigma
- Bugünün Lideri
- Danışmanlığa Dayalı Satış
- Değişim Yönetimi
- İçimizdeki Yaratıcılığın Gücü
- İş Güvenliği
- İş Yaşamında Profesyonel Davranış
- Çalışanlar için Stres Yönetimi
- Zor İnsanlarla Baş Etme
- Zaman Yönetimi
- Temel Yönetim Becerileri
- Temel Koçluk Becerileri
- Karar Verme
- Kazanan Takım
- Kot Pantolonlu Yönetici
- Proje Yönetimi
- Strateji
- Takım Çalışması
- Tanzim Teşhir Eğitimi
- CCI Oryantasyon Eğitimi

İş Yerimiz

Eğitimler, insan kaynakları politikamızın olduğu kadar Coca-Cola Yönetim Sistemi (TCCMS) uygulamalarının da temelini oluşturur. Yöneticilerimiz her çalışanın kalite sisteminde üzerine düşen rolden haberdar olması ve sorumluluklarını yerine getirecek bilgi ve donanımına sahip olmasını sağlamakla yükümlüdür. ISO22000, ISO 14001, ISO 9001, OHSAS 18001 eğitimleri, kalite sistemimiz gereği ilgili personele düzenli olarak uyguladığımız eğitimlerdir.

Yöneticilerimizin yönetim becerilerini geliştirmek gelecekte elde edilecek başarılarında önemli rol oynayacaktır. Şirketin yönetim kademesinde bulunan çalışanlar için, başkalarını geliştirme ve liderlik en önem verilen yetkinlikler arasında yer alır. Yönetim becerilerinin geliştirilmesi amacıyla, şirketin tüm yönetim kademeleri, iki yıllık bir değerlendirme ve takip sürecinden oluşan Yönetim Yetkinliklerini Geliştirme Programı'na katılmışlardır. Bu konuya verilen önemin altını çizmek için, tüm yöneticilerden yönetim becerilerini geliştirmek konusunda özel hedefler belirlemeleri istenir ve bu hedefler performans sistemi içinde yer alır. 2005 yılından itibaren toplam 213, 2007 yılı içinde ise 30 kişi bu gelişim programına dahil edilmiştir. Liderlik Programı, CCI Türkiye yöneticilerinin işbirliği, girişimcilik ve sonuçlara odaklanma becerilerini geliştirmeyi amaçlayan bir eğitim programıdır. 2008 yılında 35 yöneticimiz Sabancı Üniversitesi ile işbirliği geliştirilerek tasarlanan üç haftalık bir programa katılacaktır.

CCI Türkiye'de Eğitimler

- 2007 yılında CCI Türkiye'de çalışan başına düşen toplam eğitim saati 48,52' tir
- 2007 yılında Türkiye'deki üretim tesislerinde toplam 967 saat çevre eğitimi verilmiştir. Bu eğitimlere 1157 çalışanimiz katılmıştır.



Çalışan Temsili ve Endüstri İlişkileri

CCI Türkiye'de, çalışanların yönetimde temsiline büyük önem verilir ve sendikal haklar güvence altına alınır. Öz Gıda-İş Sendikası ile CCI Türkiye arasındaki sözleşmeye göre tüm fabrikalarımızda çalışan mavi yaka personelimiz bu sendikaya üye olabilir. Sendika temsilcileri ile işveren temsilcileri yılda en az bir kez değerlendirme toplantısı yapar. Fabrikalarımızda bulunan sendika temsilcileriyle de talep ve önerileri hakkında düzenli görüşmeler yapılır. Raporlama döneminde Toplu İş Sözleşmesi görüşmeleri büyük başarı ve karşılıklı fayda esasıyla gerçekleştirilmiştir. CCI Türkiye'de mavi yaka personelimizin sendikaya üyelik oranı %83.8'dir.

Çalışan	Çalışan alt Grubu	Ankara	Bursa	İzmir	Mersin	Trakya	Toplam
sendikali	Kapsamı sürekli	96,8%	54,1%	82,9%	82,4%	90,1%	83,5%
	Kapsamı geçici	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,4%	0,3%
Toplam		96,8%	54,1%	84,1%	88,4%	90,6%	83,8%
sendikasız	Kapsamı sürekli	3,2%	45,9%	15,9%	11,6%	8,5%	15,8%
	Kapsamı geçici	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,3%
Toplam		3,2%	45,9%	15,9%	11,6%	9,4%	16,2%
Genel Toplam		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

		Sendikali	Toplam
Çalışanlar	1.689	531	2.220
Sendikali/Sendikasız Çalışanlar oranı	76,1%	23,9%	100,0%

HAK-İŞ Genel Başkanı Salim Uslu:

“İşletmenin sosyal sorumluluk alanını ve anlayışını geliştirdiği yeni bir endüstri ilişkileri modeli geliştiriliyor.”

“...Toplu sözleşme töreni aslında sıradan bir olay, ama toplu sözleşme törenine, şu ana gelinceye kadar geçen süreç son derece önemli. Çünkü burada karşılıklı grev lokavt kararları alınmadan, görüşmeler yoluyla tamamen barışçıl yaklaşımlarla, işletmenin geleceği ile işçilerin ihtiyaçların örtüştürüldüğü bir ortak akıl çalışmasıyla bu aşamaya gelindi. Bunu son derece önemsiyorum. Yani Türkiye'deki hiçbir sorun çözümsüz, çözümler de imkânsız değil. Yeter ki bizim ortaya koyduğumuz performans, özveri, bilgi, birikim gibi değerleri kullanabilme ve bunu işletmenin, çalışanların ve ülkenin yararına sunabilme konusunda biraz özverili davranalım; biraz erdemli, biraz da cesur davranmak yetiyor.



HAK-İŞ Genel Başkanı Salim Uslu (solda) ve CCI Türkiye Genel Müdürü Hüseyin Akın (Sağda)

Buradaki felsefe önemli, yaklaşım önemli, model önemli. Vuruşma kültürünün terk edildiği ve çalışanların işletmenin geleceğinden kendisini sorumlu saydığı, işletmenin sosyal sorumluluk alanını ve anlayışını geliştirdiği yeni bir endüstri ilişkileri modeli geliştiriliyor. Bunu son derece önemli görüyorum. Böyle bir yaklaşımın hem Türk endüstri ilişkileri açısından önemli bir dönüm noktası olduğuna inanıyorum, hem de ülkemizin geleceğinde cemile örneği bir model ortaya koyduğumuzu düşünüyorum...”



Çalışanların Komitelere Katılımı

Çalışanlarımız Sağlık Emniyet Komitesine, Yemek ve Kafeterya Servis Kalitesini Artırma Komitesine, Yıllık İzin Komitesine ve Disiplin Kuruluna üye olarak görüş ve önerilerinin karar alma mekanizmalarında temsil edilmesini sağlayabilir.

Çalışanlarımız için önemli konular hakkında karar alan bu komitelerin görev ve sorumlulukları şöyledir:

Sağlık ve Emniyet Komitesi: İş sağlığı ve emniyetiyle ilgili konularda çalışmaktadır. Çalışanlar bir sendika temsilcisi, ustabaşı pozisyonundaki bir temsilci ya da bir İnsan Kaynakları ve İdari İşler Sorumlusu tarafından temsil edilmektedir. Çalışan temsilcileri, işyerindeki sağlık ve emniyet kontrollerine katılarak kontrolleri takip eder, önlem talebinde ve önerilerde bulunur, işçileri özellikle sağlık ve emniyet olmak üzere benzeri konularda temsil eder.

Yemek ve Kafeterya Servis Kalitesini Artırma

Komitesi: Şirket doktorunun beslenme önerisine göre, çalışanların, yemek servisinin kalitesini artırma ve günlük menü seçimi konusundaki görüşlerini almak üzere kurulmuştur. Yemek servisimizde sebze ağırlıklı seçeneklerimiz ve diyet menü alternatifimiz bulunur. Çalışanlar, bir İnsan Kaynakları ve İdari İşler Sorumlusu tarafından ya da ilgili tesis sendikaya üye ise sendika temsilcisi tarafından temsil edilmektedir.

Çalışanlarımızın sağlığı için yemekhanelerde hijyen sağlamak amaçlı el hijyeni makinesi ve anti-bakteriyel el dezenfektanı bulundurulur.

Yıllık İzin Komitesi: Çalışanların izinlerini İş Kanunu'na uygun olarak planlamak amacıyla kurulmuştur. Bu

komite, yıllık izinlerin planlandığı şekilde kullanımının takibini ve kontrolünü de yapmaktadır. Yıllık İzin Komitesi bir başkan ve iki üyeden oluşur. Başkan işvereni temsil eder ve üyeler çalışanlar tarafından seçilir. Sendikaya üye olan tesislerde, sendika temsilcisi de bu komitenin üyeleri arasındadır.

Disiplin Kurulu: Sendikaya üye olan tesislerde bulunan Disiplin Kurulu, bir çalışanın aykırı harekette bulunması nedeniyle talep olması durumunda ilgili çalışanın disiplin cezası konusunda karar alır. Bu komite başkandan ve 4 üyeden oluşur. Üyeler, çalışanlar arasından sendika tarafından seçilmektedir.

Bu komitelere ek olarak, sendika üyesi bulunan her tesiste, yetkili bir sendika temsilcisi aşağıdaki görevleri yerine getirmektedir:

- İşyerinde işçi ve işveren arasındaki işbirliğini ve çalışma uyumunu sağlamak,
- İşçilerin taleplerini ve şikâyetlerini dinlemek ve işverenle birlikte bu talepleri ve şikâyetleri karşılamak veya çözüm yolları bulmak,
- İşçilerin haklarını ve çıkarlarını korumak,
- Toplu İş Sözleşmesi'nde açıklanmış olan çalışma şartlarının sağlanmasına yardımcı olmak,
- İlgili mevzuatın kendisine yüklediği bütün diğer sorumlulukları yerine getirmek.

Çalışanlarımız raporlama sürecinde, işyerinde ayrımcılık yapıldığına dair herhangi bir şikâyetle bulunmamıştır; bu konuda hakkımızda açılmış dava bulunmamaktadır.

İşyeri Sağlığı ve Güvenliği

CCİ'te sorumlu yönetim anlayışını geliştirmek ve bu konuda rol model olmak öncelikli alanlarımız içinde yer alır. Uzun soluklu başarımız, çalışanlarımızın ve toplumun güvenliğini sağlayabilmemize bağlıdır ve bu bakış açısı İş Etiği Kodumuzun temel maddesidir. İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemimiz işçi güvenliği ve iş kaybını önleme konularını kapsar ve Coca-Cola İş Güvenliği ve Sağlığı Sistemi (The Coca-Cola Occupational Safety and Health System-TCCOSH) adıyla anılır. Tüm dünyada Coca-Cola Sistemi'nde aynı şekilde uygulanan bu standart, uluslararası BSI OHSAS 18001 standardı göz önünde bulundurularak şirketimizin öncelikleri doğrultusunda hazırlanmıştır. The Coca-Cola SMS, kalite, çevre, iş sağlığı ve güvenliği ile iş kaybını önlemeyi tek bir çerçevede düzenleyen Coca-Cola Yönetim Sistemi (TCCMS) ile entegre bir yönetim sistemidir.

TCCOSH;

- OHSAS 18001:1999'a
- Coca-Cola Yönetim Sistemi Standardına
- TC Çalışma ve Sosyal Güvenlik Yönetmeliğine,
- Coca-Cola Sistemi'nin şartlarını dikkate alarak dış kaynakların (eğitim, denetim, vs.) dengelenmesine,
- Güvenlik Yönetimi Sistem Standartlarının basitleşmiş yapısı ve çalışan güvenliği ile iş kaybını önleme çalışmaları için yönetim gerekliliklerine uygundur.

Coca-Cola İş Güvenliği ve Sağlığı Yönetim Sistemi'nin temelinde TCCC'nin sorumluluklarını içeren beş değerimiz bulunmaktadır. Her bir değerimiz, günlük faaliyetlerimiz içinde yer bulan özel gereklilik ve uygulamalarla desteklenmiştir ve liderlik hedefimize ulaşmamız için önem teşkil etmektedir.



Değerlerimiz;

Taahhüt: Çalışan ve toplum güvenliğini sağlamaya dair verdiğimiz söz, tüm organizasyon için geçerlidir. Etkili güvenlik yönetimi sistemlerinin sağlanabilmesinin tüm seviyelerde her çalışanın katılımıyla gerçekleşeceğine inanırız. Görevlilerimiz, yöneticilerimiz ve çalışanlarımız, güvenlik yönetimi sisteminin operasyonlarımızın her anında uygulanabilmesi için çalışmaktadır.

Yasalara uygunluk: Çalışan ve toplum güvenliği ile ilgili duyarlılığımız yasa ve yönetmeliklere uyumun da ötesinde bizim için önemlidir. Günlük iş faaliyetlerimizde, sıkı güvenlik uygulamalarımıza devam etmek konusunda kararlıyız. Özel düzenleyicilerin yokluğunda bile, Coca-Cola Şirketi'nin güvenlik ve iş kaybını önleme sistemleriyle uyumlu ve sorumlu uygulamalarda bulunuruz.

Etkilerin Azaltılması ve Fırsatların Çoğaltılması: Faaliyetlerimizde ekipmanlarımızın ve ürünlerimizin güvenliğine dair riskleri azaltmak için araştırmalardan ve yeni teknolojilerin sonuçlarından faydalanırız. Şirketimiz itibarına, çevreye, iş akışına, insanlara ve mülkiyete gelebilecek zararları etkili bir şekilde belirlemek ve kontrol edebilmek için gerekli programları, prosedürleri ve faaliyetleri uygular, destekler ve sürdürür.

Hesap Verebilirlik: Faaliyetlerimiz konusunda hesap verebiliriz. CCİ, güvenlik ve iş kaybını önleme programları için denetleme uygular, sonuçları belgeler ve bu konuda gerekli geliştirici faaliyetlerde bulunur.

Paydaşları Bilgilendirme: Şirketimiz, çalışanları, tüketicileri, kamu kurum ve kuruluşları, yatırımcıları ve diğer paydaşlarıyla, güvenlik performansı üzerine iletişimde bulunmak için mekanizmalar oluşturur.



Güvenlik Yönetimi Sistemi (SMS)

TCCC'de her organizasyonel birimin üst düzey yönetimi, bir Güvenlik Yönetimi Sistemi (Safety Manegement System-SMS) oluşturmak, belgelemek, uygulamak, sürdürmek ve sürekli iyileştirmekle yükümlüdür.

Her organizasyonun üst düzey yönetimi, çalışan veya toplum güvenliği üzerinde olabilecek ciddi veya potansiyel etkileri belirlemek ve kontrol etmek amacıyla, faaliyetlerinin, ürünlerinin ve servislerinin Güvenlik ve Risk Önleme ile ilgili kısımlarını belirleyecek prosedürler oluşturur. Güvenlik durumları ise risk gruplarına göre belirlenir.

Güvenlik Yönetim Sistemi'nin esasları;

- Çalışan güvenliği, ziyaretçi ve yüklenici alanı güvenliği,
- Toplum güvenliği,
- Malvarlığının kaybını veya işin devamlılığını etkileyebilecek olumsuz durumlara müdahale
- TCCC ve CCI Türkiye'nin imajı ve markalarına gelebilecek zararlara müdahale
- Faaliyetlerin sağlık etkilerine müdahale,
- Düzenli risk, güvenlik, kaza analizleri,
- Faaliyet bölgelerinde risk değerlendirmeleri (İş Güvenliği Analizi veya karşılaştırmalı risk incelemeleri),
- Mesleki sağlık risklerinin değerlendirilmesi,

- Olası doğal afetlerin ve acil durumların (yangın, tıbbi durum, isyan, terörizm, gibi) değerlendirmeleri,
- Çevreye olabilecek etkileri önlemek amacıyla, kaza ve acil durumlara müdahaleyi sağlayacak bir eylem planı geliştirilmesi ve uygulanması,
- Bir acil durum gerçekleştiğinde hangi birim ve insanlarla bağlantıya geçilebileceğini gösteren matris veya benzeri bir araç geliştirilmesi
- Bilgi analizi ve karar alma mekanizması için koordinasyon sağlayabilecek bir Acil Durum Yönetim Takımı'nın oluşturulması,
- Diğer bölgesel sorunların göz önünde bulundurulması.

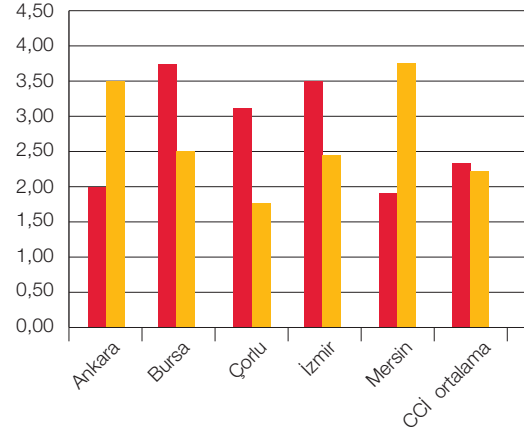


Yönetim, Güvenlik ve Risk Önleme hedefleri oluşturulurken bu değerlendirmelerin sonuçları ve kontrol etkileri dikkate alınır. Birimler bu bilgiyi belgeler ve güncel tutar. Tüm CCI Türkiye çalışanları bu politika gereğince görev ve sorumluluklarını bilmekle yükümlüdür. SMS'in CCI Türkiye'de uygulanması üst yönetimin taahhüdüdür. Yönetim, TCCOSH politikasının tüm ilgili paydaşlar tarafından bilinmesini sağlamak için iletişim politikaları oluşturulmasından, gerekli eğitime karar verilmesinden, yetkili kişilerin atanmasından ve gerekli donanımın sağlanması ile uygulama raporlarının incelenmesinden sorumludur. TCCOSH için, sürekli denetimler, iyileştirmek ve hatalardan ders almak esastır.

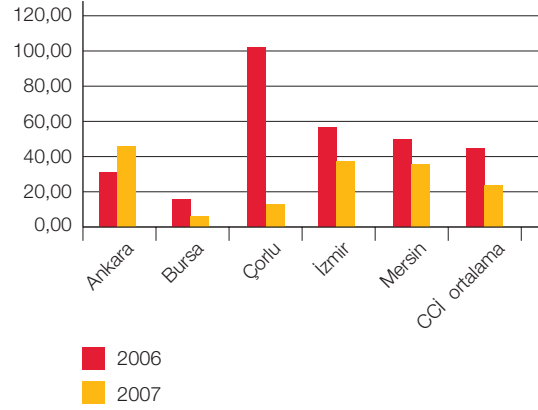
İşyerimizde güvenliği sağlayabilmek için deprem ve yangın gibi doğal felaketlere, fiziksel kriz durumlarına karşı 3 ayda bir tatbikat yapılmaktadır. Her ay düzenlediğimiz iş sağlığı güvenliği bilgilendirme toplantılarına üretim müdürleri, şefler, mühendisler, sendika temsilcileri ve çalışanlar katılır. İşçi sağlığı ve güvenliği performansının üst yönetim tarafından sürekli olarak izlenebilmesine olanak tanıyan sistemimiz **Management Cockpit** adı altında yürütülür. Sisteme, Cokeport üzerinden ilgili personel tarafından ulaşılabilir. SAP sisteminde çalışan Management Cockpit, temel çevre ve işçi sağlığı güvenliği göstergelerini karşılaştırmalı olarak ve gerçekleşen hedeflerle birlikte gösterir.

TCCOSH uygulamalarının etkinliğini artırmak için ilgili personelimizin performans değerlendirme sistemine politika kapsamındaki kilit performans göstergeleri de eklenmiştir.

CCI Türkiye yaralanmalı kaza oranı



CCI Türkiye iş kazası kayıp gün oranı



Coca-Cola Dengeli Beslenme ve Fiziksel Aktivite Eğitimleri

2008 yılında başlattığımız Dengeli Beslenme ve Fiziksel Aktivite programı ile iş arkadaşlarımıza hem dengeli beslenme ve aktif yaşam, hem de ürünlerimiz ve sorumlu pazarlama anlayışımız üzerine bilgi veriyoruz. Beslenme ve diyetetik alanında uzman bir akademisyen tarafından desteklenen eğitim programı, çalışanlarımızın hayatına fiziksel aktiviteyi daha çok katmalarını sağlamak amacıyla aynı zamanda uygulamalı bir seans da içermektedir.

Tedarik Zincirimiz

Coca-Cola ürünleri her gün milyonlarca insanın serinlemesine yardımcı olmaktadır. Tüketicilerimize en yüksek kaliteyi sunabilmek için tüm tedarik zincirimizi bir değer zinciri olarak yönetiriz. Tedarikçilerimizle uzun süreli, karşılıklı faydaya ve güvene dayanan ilişkiler kurarız.

CCİ Türkiye olarak hizmet ettiğimiz coğrafyaya maksimum fayda sağlamak için Yerel Tedarik Politikası yürütmekteyiz. Coca-Cola Kalite Standartları'nı sağladıkları sürece yerel tedarikçilerle çalışmak şirket politikamızdır. **2007 yılında 1 milyar doları aşan satın alımın %95'i yerel tedarikçilerden sağlanmıştır.**³

Sahip olduğumuz 7.000'den fazla aktif tedarikçimizin pek çoğu büyük uluslararası şirketlerin Türkiye'de üretim yapan fabrikalarıdır. Yerel tedarik politikasıyla hem ulaşımdan kaynaklanan çevresel etkilerimizi azaltır, hem de sağladığımız yaygın ekonomik faydayı artırırız. Ödediğimiz vergiler ve yarattığımız doğrudan ve dolaylı istihdamın yanı sıra, yerel tedarik politikamızla da ülkemize hizmet ederiz.

Tedarik zincirimizi Coca-Cola Kalite Standardı doğrultusunda yönetiriz. Tedarik zinciri yönetim politikamız üç bölümden oluşur. İlk bölümde tedarikçilerimizden beklediğimiz kalite standartları yer alır. Değer zincirimizde yer alan tüm tedarikçilerimiz Coca-Cola Kalite Standartlarına, yasa ve yönetmeliklere uymakla yükümlüdür.

Tedarikçilerimizden beklediğimiz kalite standardını yakalamaları için gerekli tüm süreçler detaylarıyla birlikte kalite sistemimizin içinde tanımlanmıştır.



Tedarikçilerimizden beklediğimiz kalite standartları

- Ürün spesifikasyonlarına uygunluk
- Tüm yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi
- Gerekli laboratuvar koşullarının sağlanması
- Eğitimli personel istihdamı
- Kanunlarla tanımlanmış kimyasalların standartlara uygun kullanımı
- Üretim ve çalışma alanlarında hijyen ve temizlik kurallarına uyulması
- Denetimlere uygun çalışma raporlarının tutulması
- Ürün kalitesinin sağlandığının kontrolü için gerekli sistemlerin kurulması
- Bitmiş ürünlerin paketlenmesi ve taşınması sırasında kalitelerinin korunması için gerekli önlemlerin alınması
- Gıda güvenliğinin sağlanması için gerekli iç ve dış standartların sağlanması
- Ürünlerin takip edilebilirliğinin sağlanması
- Ürün spesifikasyonlarına uygunluğun kanıtlanması için gerekli ürün etiketlemelerinin yapılması
- Ürün kalitesini ve şirketle olan ilişkileri etkileyebilecek yönetim değişikliklerinin raporlanması
- Çalışan, ürün ve üretim tesisi güvenliğinin sağlanması
- Fikri mülkiyet haklarına saygılı olunması
- Şirket bilgilerinin gizliliğine özen gösterilmesi olarak belirlenmiştir.

Yönetim politikamızın ikinci kısmında TCCC tarafından geliştirilen ve 2007 yılında revize edilen Tedarikçi Yönetim İlkeleri (Supplier Guiding Principles-SGP) yer alır. Tüm sözleşmelerimizde yer alan bu ilkelerle, tedarikçilerimizin Coca-Cola iş etiğinin ayrılmaz bir parçası olan adil istihdam politikalarına saygılı olmasını sağlarız. 2007 yılında tüm tedarikçilerimiz genel merkezimizdeki bilgilendirme toplantısına katılarak politikanın detayları ve denetim süreçleri hakkında detaylı bilgi sahibi olmuştur.

Tedarikçi yönetim ilkeleri

- Çocuk işçi çalıştırmamak
- Zorla işçi çalıştırmamak
- İşçi sağlığı ve güvenliğinin sağlanması
- Ayrımcılık yapmamak
- Kanunlara uygun çalışma koşullarının sağlanması
- Çevreyle ilgili yasa ve yönetmeliklere uygun faaliyetlerde bulunmak

³ Konsantre alımları hariç rakamdır.

Tüm CCİ Türkiye tedarikçileri Tedarikçi Yönetim İlkeleri'ne uymak ve gerektiğinde bu konularla ilgili denetim almak zorundadır. Tedarik zinciri denetimleri; tesis incelemeleri ve yönetim kayıtlarının incelenmesinin yanı sıra, çalışanlarla yapılan gizli görüşmeleri ve çalışma koşullarının denetlenmesini de içerir. Denetim sonucunda uygunsuzluğu tespit edilen tedarikçinin uyarılar doğrultusunda düzeltici önlemler alması zorunludur. Şirketimiz, Coca-Cola İçecek Tedarikçi Yönetim İlkeleri'ne uyum konusunda yetersiz olan tedarikçilerin sözleşmelerini feshetme yetkisine sahiptir. 2007 yılında tüm büyük tedarikçilerimiz bu denetimlerden geçmiştir. 2008 yılında bu denetimlerin sayısının artırılması planlanmaktadır.



CCİ Türkiye'nin tüm tedarikçileri, tedarikçi portalinde yer alır. Portaldeki tedarikçilerimiz, tüm ofislerimizdeki satın alma uzmanlarımız tarafından sürekli değerlendirilir. Değerlendirmeler sonucunda belirli bir puanın altında kalan tedarikçilerimiz uyarılır, yapılması gereken iyileştirmeler konusunda kendileriyle görüşmeler gerçekleştirilir.

Tedarik zinciri yönetim politikamızın bir parçası da **Coca-Cola İçecek Tedarikçi İş İlkeleri** dokümanıdır. Çalışanlarımızın tümünden beklediğimiz, yasalara uygun ve etik iş yapma şekillerini tedarikçilerimizden de bekleriz. Çıkar çatışmaları, hediye kabulü, rüşvet ve yolsuzluk, bilgi gizliliği ve uygunsuzlukların bildirimi konularını kapsayan bu dokümanla CCİ olarak doğru olanı yapmaya olan inancımızı tedarikçilerimizle de paylaşıyoruz.

KLİMASAN CEO'su Ahmet Şenocak:

“CCI ile iş yaptığımızı referans olarak gösterdiğimizde imajımıza çok pozitif katkısı olduğunu gördük”

“... 25 yıldan uzun bir zamandır yurt içinde ve yurt dışında soğutucu ekipman tedarikçisi olarak CCI için çalışıyoruz. CCI ile çalışmak iş süreçlerimizi gerçekten çok pozitif etkiledi. Firmanın performans ve kalite konusundaki standartlarının yüksek oluşu ve tavizsiz prensipleri nedeniyle iş yapış şeklimizi sıfırdan ele almak zorunda kaldık. Bunu başarabilmenin o zamanki mevcut tesisimizde yapılmasının hemen hemen imkânsız olduğunu anladığımızda ise bir yabancı firmayı ortak alarak 1990'lı yılların hemen başında Çiğli Organize Sanayi Bölgesi'nde yepyeni bir yatırım yaptık.

Bu işbirliğinden neler kazandığımızı özetlemek gerekirse, öncelikle müşteri odaklı çalışmayı öğrendik. CCI ile iş yaptığımızı referans olarak gösterdiğimizde imajımıza çok pozitif katkısı olduğunu gördük. Gerek yurt içinde, gerekse yurt dışında yeni müşteriler edinmemize bu referansın çok ciddi şekilde katkısı oldu. CCI standartlarında üretim yapabilmemiz nedeniyle uluslararası bira, meyve suyu ve su firmalarıyla çalışmaya başladık.

1985 yılında 5.000-6.000 adet ürün satan bir firmadan, 200.000 adet ürün satan bir firma haline gelmemizde CCI'nin önemli bir katkısı oldu. Yurt dışındaki yatırımcıların ilgisini çekerek şirketin % 71' ini yabancı bir firmaya sattık ve küresel bir grubun önemli bir parçası olduk.

CCI ile çalışmaya başlamadan önce AR-GE Departmanı adı altında bir bölümümüz yoktu. CCI ile çalışmaya başladığımızdan bu yana AR-GE alanında ciddi atılımlar yaptık. CCI standartlarında soğutucu ekipmanı üretip, CCI'den onay sertifikası alabilmek için test yapma şeklimizi değiştirdik. Şu anda 6 adet test odamız

bulunmaktadır ve bunlardan biri tamamen Coca-Cola Company'nin Brüksel'deki AR-GE departmanının soğutucu performans laboratuvarının eşi durumundadır. Halen şirketimiz bünyesinde çalışan 22 adet mühendis ve teknisyenimiz ürün geliştirme, inovasyon çalışmaları ve hammadde laboratuvar test ve onay çalışmaları yapmaktadır.

CCI ile yürüttüğümüz projelerden esinlenerek diğer iş ortaklarımıza da benzer çalışmalar sunuyoruz.

CCI ile 25 yılı aşan işbirliğimizde edindiğimiz tecrübenin bize öğrettiği, çok basit gibi görünen bir kuraldır. Şirketlerin en önemli varlığı, o şirketin insan kaynağı kalitesidir. Dolayısıyla yıllardır çalışanlarımıza yatırım yaparak onların kalitesini üst düzeye çıkarmaya, yeni eleman alırken de standartları yüksek tutmaya özen gösteriyoruz. İnsan kaynakları alanında, iş hacminin büyümesiyle birlikte CEO'ya raporlama yapan bir İnsan Kaynakları Yöneticisi istihdam ettik ve 2007 yılında da İnsan Kaynakları Departmanımızı kurduk.

Kalite, kuruluşundan itibaren Klımasan için en önemli konu olmakla birlikte, CCI ile işbirliğimizin başlamasıyla, yeni bir ivme kazanmıştır. 1990'lı yılların başında kurulan tesisimizle 2007 yılının sonunda taşınmaya başladığımız 43.000 m2 kapalı alana kurulmuş olan yeni tesisimiz, hep kalite olgusu ön planda tutularak inşa edilmiştir. Zaten 4 yıl önce 6 Sigma felsefesini uygulamaya koyan Klımasan, bu konuya verdiği önemi ispat etmiştir. Mevcut operasyonda her işlemin kalitesi işlem anında kontrol edildiği gibi, her ürün performans bandında yaklaşık bir saat performans testine tabi tutulmaktadır. Ayrıca Kalite Güvence Departmanına bağlı Denetim Bölümü, her gün üretimin %2 - 3 lük bölümünü rastgele alıp yeniden teste tabi tutmakta ve herhangi bir sorun tespit etmesi durumunda, tüm lota blokaj koyma yetkisine sahip bulunmaktadır.

Bu uygulamalar sadece CCI ile çalışmamızdan dolayı yapılmamaktadır. Ancak CCI bünyesindeki Teknik Departmanda birlikte çalıştığımız yönetici ve elemanlarla yaptığımız sıkı işbirliği, çoğu zaman bizi yönlendirmekte ve daha iyi, daha performansı yüksek, daha kaliteli ürünler geliştirmemize önemli katkılar sağlamaktadır...”



Bayilerimiz

Satış hacmimizin %70-%75'lik kısmını bayilerimiz aracılığıyla gerçekleştiririz. Bayilerimiz ana yapı taşlarımız ve işimizin sürdürülebilirliğinin vazgeçilmez bir parçasıdır. Her yıl Şubat ayında düzenlediğimiz **Coca-Cola İçecek İş Ortakları Toplantısı**'nda yıllık iş planlarımızı paylaşıp, bayilerimizin bizden beklentilerini öğrenir, karşılıklı iyileştirme önerilerini tartışırız. Ayrıca Yıllık Değerlendirme Toplantıları ile tamamlanan yıl ile ilgili sonuçlar ve tecrübeler bölgede faaliyet gösteren bayiler ve satış müdürleri arasında paylaşılır. Hedefler ve yapılması gerekenler tartışılır.

350'yi aşkın bayiden oluşan bu dev ailenin bir parçası olabilmek için;

- Bayi adayının kurumsal, ya da kurumsallaşma yönünde değişim ve gelişime açık bir yapısının olması,
- Finansal performansı,
- Bayilik yapacağı bölgede ticari geçmişi, piyasasında güvenilirliği olması,
- Bölgesinde ticari ve şahsi olarak sevilen bir kişi olması,
- Satış ve dağıtım ihtiyacımızı karşılayacak ekip ve ekipmana (depo,araç,eleman) sahip olması değerlendirilir.

Bu performans ölçütlerinin yanı sıra CCİ Türkiye için öncelikli olan bayi adayının hedeflerini gerçekleştirecek isteğe sahip, vizyoner, yeniliklere ve değişime açık olmasıdır.



Satış Destek Programı

Satış ekiplerimizin dönemsel motivasyonunu sağlamak için yıl içinde uyguladığımız teşvik edici uygulamaları **Satış Destek Programı** adı altında yürütürüz. Bu programlarda başarılı olanlara ödül olarak yurtdışı seyahatleri verilir. Bu sayede satış ekiplerimizin hem kültürel gelişimine katkıda bulunur, hem de ziyaret ettikleri ülkelerde Coca-Cola Sistemi uygulamalarını yerinde görerek iş alanlarında yaratıcılıklarını arttırmaları sağlanır.



2008 yılı başında iki ay boyunca sürdürülen teşvik programıyla, ekibimiz ve bayilerimizin yanı sıra satış dışı departmanlarımızın ve müşterilerimizin oluşturduğu 320 kişilik CCİ Türkiye kafilesi, Avrupa Kupası 2008 maçları için İsviçre'ye gitmeye hak kazanmış, Türkiye-İsviçre, Türkiye-Çek Cumhuriyeti maçlarında takımımızı destekleme şansını elde etmiştir.

Bayilerimizin yetkinliğini ve işlerini geliştirmek CCİ Türkiye olarak çok önem verdiğimiz bir sorumluluğumuzdur. Bu kapsamda, yıl boyunca bayilere ve dağıtımçılarımıza kendi eğitmenlerimiz tarafından müşteri ilişkileri, mükemmel hizmet, etkili mağaza yönetimi, iletişim becerileri, geleneksel kanal eğitimi, yerinde tüketim kanal eğitimi, işe alım teknikleri, muhasebe ve finans gibi eğitimler verilmektedir.

Bayilerimizden beklediğimiz yüksek standartlara ulaşabilmeleri, işlerini daha etkin ve verimli sürdürebilmeleri için geliştirdiğimiz bir diğer uygulama da bayi danışmanlığı sistemidir. 2003 yılından beri uygulamada olan sistemle bayilerimize ihtiyaç duydukları konularda destek verilmektedir.

Rekabet Kurulu tarafından şirketimiz hakkında alınmış olan 07-70/864-327 sayılı karar uyarınca getirilmiş olan yükümlülüklerle uyumu sağlamak için verilmiş olan süre içerisinde; öncelikle yaklaşık 200.000 satış noktası ile bayilerimize ve satış ekibimize kararın neler getirdiğine ilişkin bilgilendirme yazıları tebliğ edilmiş ve yine satış noktaları ile karar öncesinde yapılmış olan sözleşmeler karar ile uyumlu olacak şekilde değiştirilerek yeniden imza altına alınmıştır.



Coca-Cola İçecek Türkiye'nin En Eski Bayisi

Hasan Gürtekin

“Geçtiğimiz 40 sene içinde dünyada Coca-Cola'yı en iyi pazarlayan ülkenin Türkiye olduğuna inancım giderek pekişti”

“... Coca-Cola İçecek'in bayiliğine 1967 yılının Ekim ayında başladım.

Başarımın sırrı kuşkusuz çok çalışmaktır. İşinizi seviyorsanız, istediğiniz her işte başarılı olabilirsiniz. Coca-Cola İçecek ile 41. yılıma da çok çalışarak ulaştım. Şimdi ise oğlumla beraber çalışıyorum ve ömrüm olduğu sürece bu mesleği sürdüreceğim.

Coca-Cola, Türkiye'ye ilk geldiğinde sadece üç tane ambalajımız vardı ve üç tekerlekli el arabası ile dağıtım yapıyorduk. Geçtiğimiz 40 sene içinde dünyada Coca-Cola'yı en iyi pazarlayan ülkenin Türkiye olduğuna inancım giderek pekişti. Pazar payımızı büyütme için canla başla çalışıyoruz. Ben ve ekibim yılda 1.300.000 koli satış yapıyoruz...”

Kurumsal Yönetim Anlayışımız

CCİ Türkiye'de İş Etiği Kodu

CCİ'de iş yapma anlayışımızı ortaya koyan temel kaynak **İş Etiği Kodumuzdur**. Yaptıklarımızla örnek olmak ve hatalarımızdan dersler almak amacıyla hazırladığımız bu kodla birlikte tüm çalışanlarımızdan her alanda olduğu gibi etik davranışlar konusunda da yüksek standartlar talep ederiz. En değerli varlığımız kullanma hakkına sahip olduğumuz Coca-Cola markası ve bu markayı yaşatan çalışanlarımızdır. Bu markanın temsil ettiği önemli niteliklerin başında şirketimizin dürüstlük ve güvenilirlik konusunda sahip olduğu itibar gelmektedir. Bu itibar, değerlerimize sahip çıkmak ve faaliyetlerimizi doğru şekilde sürdürmek konusundaki titizliğimizden kaynaklanır.

Şirketimizin, tüm paydaşlarımız ve ilişkide olduğumuz tüm üçüncü şahıslarla arasında kurulan güven ilişkisinin korunması ve daha da güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu amaçla şirketimizin İş Etiği kuralları güncellenmiş ve bir Kod olarak yeniden düzenlenmiştir. Bu metin, Coca-Cola İçecek'in birer temsilcisi olan CCİ çalışanlarının davranışlarını yönlendirecek değerli bilgiler içerir. İlkelerimiz, daha kolay anlaşılabilirlikleri için basitleştirilmiş ve bazı durumları açıklayabilmek amacıyla örneklerle de zenginleştirilmiştir.

İş Etiği Kodu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde faaliyet gösterdiğimiz her yerde koruyacağımız değerler, çalışanlara, tedarikçilerimize, kamu görevlilerine ve topluma karşı sorumluluklarımız; ikinci bölümde ise çalışanlarımızın şirkete karşı sorumluluklarını kapsayan iş yönetim ilkeleri açık bir şekilde tanıtılır. İş Etiği Kodu olası çıkar çatışmaları durumunda yapılması gerekenleri de açık ve anlaşılır örneklerle açıklamaktadır.

İş Etiği Kodu, şirketimizin ve yan kuruluşlarının Yönetim Kurulu üyeleri dahil tüm yöneticilerini ve çalışanlarını kapsar. CCİ Türkiye'de iş etiği ilkelerine uygunluğun sağlanmasından Hukuk, Finans, İnsan Kaynakları ve diğer bölümlerin işbirliğiyle İç Denetim Bölümü sorumludur. İç Denetim Bölümü, CCİ'in Denetim Komitesi'ne doğrudan raporlama yapar ve ilgili konularda bağımsız görüşünü sunar. Tüm CCİ çalışanlarının çelişkili durumlarda ya da olası ihlallerde yöneticilerine ya da İç Denetim Bölümü'ne danışması tavsiye edilir.

İş Etiği Kodumuzda da açıkça belirtildiği gibi CCİ Türkiye herhangi bir siyasi partiye bağış yapmaz ya da yardımda bulunmaz, lobi faaliyetleri yürütmez.

CCİ İş Etiği Kodu'na www.cci.com.tr adresinden ulaşabilirsiniz.

CCİ Türkiye'de Kurumsal Yönetim

Etik, şeffaf ve hesap verebilir bir yönetim tüm Coca-Cola Sistemi'nin olduğu gibi CCİ Türkiye'nin de vazgeçilmez ilkesidir. CCİ Türkiye'de tüm paydaşlarımız için değer yaratan, sorumluluklarının bilincinde bir yönetim anlayışıyla hareket edilir. Yöneticilerimiz sosyal, çevresel ve ekonomik sorumluluklarımızı dikkate alan karar mekanizmalarını gözeterek tüm çalışanlarımıza örnek olur. Pay sahipleriyle ilişkiler, şirket bilgilendirme politikamız, yönetim kurulumuzun görev ve sorumlulukları, yönetim kurulunda oluşturulan komiteler, Risk Yönetimi ve İç Kontrol konularıyla ilgili detaylı bilgilere her yıl www.cci.com.tr adresinde yayınladığımız *Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporumuzdan* ulaşabilirsiniz.



İngiliz düşünce kuruluşu **AccountAbility** ve **csrnetwork** ile ülke ortaklarının gerçekleştirdiği ve Capital Dergisi'nin yayınladığı, şirketlerin etik ve sosyal hesap verebilirliğini değerlendiren uluslararası Accountability Rating araştırması Türkiye'de ilk kez 2007 yılında gerçekleştirildi. 2004 yılından beri Fortune100Global, 2006 yılından beri de Rusya, Güney Amerika, Macaristan ve Yunanistan'da gerçekleştirilen araştırmada ciro açısından en büyük şirketlerin sosyal, ekonomik ve çevresel sorumluluklarını yerine getirme ve bu uygulamalarını şeffaf bir biçimde paydaşlarına açıklama performanslarına göre değerlendirilmektedir. Türkiye'nin en büyük 50 şirketinin değerlendirildiği bu araştırmada CCİ Türkiye 5. sırada yer almıştır.



CCİ CFO Burak Başarır ödülü alırken

Sıra	Şirket	Not	Değerlendirme	İç Kontrol
1	Akso Akrilik	54.50	İyi	İyi
2	Aygaz	53.50	İyi	İyi
3	Arçelik	49.50	İyi	İyi
4	Tofaş Oto Fabrika	47.50	İyi	İyi
5	Coca-Cola İçecek	43.75	İyi	İyi
6	Tüpraş	40.50	İyi	İyi
7	Ereğli Demir-Çelik	40.10	İyi	İyi
8	Beko	39.42	İyi	İyi
9	BSH Profilo	39.11	İyi	İyi
10	Migros	38.99	İyi	İyi
11	Anadolu Efes Biracılık	38.81	İyi	İyi
12	Petrol Ofisi	38.16	İyi	İyi
13	Vestel Elektronik	37.25	İyi	İyi
14	Vestel Beyaz Eşya	36.83	İyi	İyi
15	Unilever	35.10	İyi	İyi
16	Ford Otosan	34.10	İyi	İyi
17	Shell Tuzcu Petrol	33.92	İyi	İyi
18	Turkcell	30.50	İyi	İyi
19	Selçuk Eczacı	27.31	İyi	İyi
20	Opet Petrolculuk	24.47	İyi	İyi
21	Beko Isınat	23.40	İyi	İyi
22	Türk Hava Yolları	23.00	İyi	İyi
23	Gölcük Kurumculuk	22.75	İyi	İyi
24	Şişecam	22.41	İyi	İyi
25	Doğuş Otomotiv	21.42	İyi	İyi

CCİ Türkiye'de Risk Yönetimi

CCİ Türkiye'de İç Denetim ve Risk Yönetimi, üst yönetimin sorumluluğundadır. Bu sistemde İç Denetim Departmanı, şirket yönetimi ve yönetim kurulu adına risk yönetimi, iç denetim ve yönetim süreçlerinin etkinliğini değerlendirmeye ve geliştirmeye yönelik sistematik ve disiplinli bir yaklaşım uygulayarak bir emniyet ağı işlevi görür. İç Denetim Departmanı doğrudan yönetim kurulu üyelerinin oluşturduğu Denetim Komitesi'ne raporlama yapar. Risklerin zamanında öngörülmesi, gereken durumlarda yönetim kademeleriyle iletişim kurulması, çalışanların CCİ Türkiye'nin Etik Politikasına uygun hareket etmesi, verimli kaynak kullanımı, faaliyetlerin hedeflerle uyumlu olması, denetim sürecinde kalitenin ve sürekli ilerlemenin teşvik edilmesi, önemli yasal ve idari sorunların zamanında tespiti ve çözülmesi İç Denetim Departmanı'nın sorumlulukları arasındadır.

Organizasyon şemamız, organizasyon yapımız, ortaklık yapımız, yönetim kurulumuz, yönetim kuruluna bağlı komiteler, üst düzey yöneticilerimiz hakkında detaylı bilgiye ulaşmak için lütfen www.cci.com.tr adresini ziyaret ediniz.

“ Tüketicilerimize en yüksek kalitede ürün sunmak temel iş stratejimiz ve sorumluluğumuzdur. ”



İş Alanımız

İşimizin Sürdürülebilirliği
Coca Cola İçecek'te Kalite Yönetim Sistemi
Müşterilerimiz
Tüketicilerimiz
Ürünlerimiz
Bilgi Teknolojileri



CCI Türkiye olarak ülkemizde yıllık yaklaşık 510 milyon ünite kasa üretim kapasitesine sahip 6 fabrikada, 36 üretim hattı ve 200'den fazla ürün çeşidiyle tüketicilerimize ulaşıyoruz.

CCI Türkiye, 275.000'den fazla satış noktasında, sürekli yenileri eklenen ürün çeşitleriyle tüketicilerimizle buluşmaktadır.

İşimizin Sürdürülebilirliği

Sürdürülebilirliğimizin temelinde sorumlu kurumsal uygulamalarla sağladığımız finansal başarımız yatar. Gezegenimize ve topluma karşı sorumluluklarımızı yerine getirebilmemiz için işimizin bugün olduğu gibi gelecekte de kârlı olmasını garanti etmeliyiz. Bu amaçla geliştirdiğimiz vizyon, misyon ve stratejilerimiz doğrultusunda hareket eder, şirketimizin sürdürülebilir başarısına hizmet ederiz.



Misyonumuz:

- Müşteri ve tüketici memnuniyetini sürekli kılmak ve kendimizi aşmak,
- Paydaşlarımız için değer yaratmak,
- Üstün büyümeyi sağlayacak iş gücünü bünyemizde yaşatmak, geliştirmek ve cezbetmek,
- Piyasadaki fırsatları önceden belirlemek, yaratmak ve elde etmek.

Vizyonumuz:

Güney Avrasya ve Ortadoğu'yu kapsayan bir coğrafyada faaliyet gösteren CCI, kalite, satış hacmi ve kârlılık bakımından seçkin bir bölgesel şirket olarak Coca-Cola Sistemi'nde yer almak için çalışır. Bu vizyon çerçevesinde CCI Türkiye;

- Güven, saygı, açıklık ve sosyal sorumluluğunun organizasyonel bütünlüğü sağladığı bir takım ruhuna sahip olmayı hedefler.
- Kendini sürekli gelişme, mükemmellik, yaratıcılık, kalite ve liderliğe adanır.
- Hizmet verdiği kitlelerin koşullarını iyileştirmeye odaklanır.

Stratejimiz:

- Uzun vadeli, sürdürülebilir ve kârlı büyüme sağlamak,
- Rekabetçi pozisyonumuzu en iyi uygulamaları kullanarak geliştirmek,
- Yeteneklerimizi tüm operasyonlarımızda kullanmak,
- Yeni pazarlara girmek.

Meşrubat sektöründe Türkiye'nin en yüksek pazar payına sahip kuruluşu olan CCI, 2007 yılında 291.826.385,00 YTL vergi ödeyerek öncelikli ekonomik sorumluluğunu yerine getirmiştir. Ayrıca CCI Türkiye kuruluşundan beri ülkemiz ekonomisine önemli fayda sağlayan meşrubat yan sanayinin oluşmasında, sektörün teknolojik olarak gelişmesine de büyük katkı sağlamıştır. Cam sanayinin gelişmesi meşrubat sektörüyle paralel ilerlemiştir. Çeşitli soğutucuların üretimi ve teknolojik gelişimi, reklam sanayi ve pazarlama stratejilerinin gelişmesi, ambalaj sanayindeki (pet şişe, kapak, etiket, plastik kaplar) ilerlemeler CCI Türkiye'nin katkılarının yadsınamayacağı alanlardır. Ayrıca meşrubat sektörüne yönelik araçların ve meyve suları imalatı için kullanılan meyvelerin de yurt içinden tedarik edilmesi ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.

CCİ'de Kalite Yönetim Sistemi

Coca-Cola markası tüm dünyada kaliteyle eşanlamıdır. Tüketicilerimize en yüksek kalitede ürün sunmak temel iş stratejimiz ve sorumluluğumuzdur. Bizden beklenen Coca-Cola ürün kalitesini sunmak için, tedarikçilerimiz, dağıtım ağıımız ve satış noktalarımızla birlikte çalışırız. Bizler için kalite tüm davranış biçimimizdir. Coca-Cola Sistemi'nde kalite, çevre ve işçi sağlığı ve güvenliği, entegre bir yönetim sistemi olan Coca-Cola Yönetim Sistemi (TCCMS) ile yönetilir.

TCCMS, Coca-Cola'nın markalaşmış süreç yönetimi sistemidir. TCCMS yeni yasa ve yönetmeliklere, kalite kontrolü yöntemlerine göre uyarlanan, değişime açık bir sistemdir. CCİ Türkiye, TCCMS doğrultusunda en yeni üretim ve yönetim sistemlerini kullanır. Çok kapsamlı bir yönetim modeli olan TCCMS, konuyla ilgili kilit paydaşlara çeşitli iletişim araçlarıyla açıklanır.



TCCMS ile;

- Kalite anlayışının kurum kültürü haline gelmesi,
- Tüm yönetim sistemlerinin birleştirilmesi ve işbirliği içinde yürütülmesi,
- Her çalışma birimindeki üst düzey yönetimin kalite yönetiminde aktif rol oynaması,
- Yönetim aracı olarak önlem odaklı çalışmalar yapılması,
- Standart raporlama ilkelerinin oluşturulması,
- Yeni ürün ve servislerin geliştirilmesinde tüketici ve paydaş beklentilerine kolay erişim,
- Devamlı gelişimin sağlanabilmesi için problem çözme yöntem ve araçlarının belirlenmesi sağlanır.

Coca-Cola Yönetim Sistemi nasıl çalışır?

TCCMS bir piramit modeli üzerinden çalışır. Piramitte bulunan üç ana yüzün her biri (Kalite, Güvenlik ve Çevre) Taahhüt, Politika, Denetim ve Kontrol olmak üzere dört katmandan oluşur.

Taahhüt: Coca-Cola Sistemi etki alanı içindeki tüm paydaşlarına fayda sağlamayı ve yenilikçi katkılarda bulunmayı taahhüt eder.

Politika: Çevre, güvenlik ve kalite ile ilgili politikalar piramidin üç yüzünde yer alır.

Denetim: Yönetim sisteminde, performansı sağlayacak şekilde kontrolün ve yönetmeliklere uyumun sağlanması taahhüt edilir.

Kontrol: Tüm performansın düzenli kontrolü her 3 yüzey için zorunludur.

Piramidin Kalite yüzünde, yönetim sistemi, Kalite Yönetimi Sistemi Standardı'na uygun olacak şekilde ISO Standardı 9001:2000, ISO 22000 ve Küresel Gıda Güvenliği Girişimi (GFSI) ilkelerine ve dünyada kabul gören güncel beklentilere uyumludur. Kalite yüzü ayrıca ISO 17025'in laboratuvar operasyonlarını içeren yönetim sistemi beklentilerini de içine alır.

Piramidin Çevre yüzü, Çevre Yönetimi Sistemi Standardı'nı içinde barındırır. Çevre Yönetimi Sistemi Standardı ISO 14001'in gereklerini karşılar.

İş Alanımız

Piramidin Güvenlik ve Risk Önleme yüzü, OHSAS 18F001:1999'un gerekliliklerini karşılayan Güvenlik Yönetim Sistem Standardı'nın önemli bir parçasını oluşturur.

Uluslararası sorumlu/finansal kuruluşlar olan SGS-ICS (Société Générale de Surveillance-International Certification Services) ve LRQA (Lloyd's Register Quality Assurance), TCCMS'i kalite (ISO 9001:2000), çevre (ISO 14001:1996) ve mesleki sağlık ve güvenlik (OHSAS 18001:1999) standartlarıyla kıyaslamış ve TCCMS'in, bu üç uluslararası standardın gerekliliklerini karşıladığı konusunda fikir birliğine varmıştır.



TCCMS, kendi sistemimizin işleyişi içinde, bireysel olarak yürütülen işlerin etkileşim ve birleşiminin kontrolünü sağlar. Bu şekilde CCİ müşteri ve tüketici memnuniyetini sağlamak için faaliyet alanının her basamağında kaliteden ödün vermeden çalışır.

2001 yılından itibaren, TCCC belgelendirme denetimlerini TCCMS'e göre yapmaktadır. Denetlenen tesisler ilgili tüm Yönetim Sistemi Standartları'na, üretim operasyonlarında ise Kalite, Çevre ve Güvenlik Yönetimi Sistemleri Standartları'na uygun olmalıdır. Denetimler sonucunda tesisler TCCMS belgesi almaya hak kazanır.

Ankara fabrikamız dünyadaki Coca-Cola fabrikaları arasında bu TCCMS belgesi alan ilk 10 fabrika arasındadır. Tüm dünyada 2000' i aşkın Coca-Cola fabrikası arasında Coca-Cola İçecek Türkiye'nin tüm meşrubat üretim fabrikaları ilk 20'de yer almıştır.



Coca-Cola Yönetim Sisteminde görev ve sorumluluklar

TCCMS aynı zamanda bir süreç yönetim sistemidir. Tüm çalışanlarımız, tedarikçilerimiz, bayilerimiz ve ilgili paydaşlarımız TCCMS Yönetim Sistemi hakkında bilgilendirilerek gerekli eğitimlere katılmaktadır.

Organizasyonel birimlerin görev ve sorumlulukları:

Süreç kapsamında her organizasyonel birim;

- Bir kalite yönetim sisteminin belirlenmesi, uygulanması, sürdürülmesi, sistemle ilgili bir hedef belirlenmesi ve raporlanması, ayrıca bunun standardın gerekliliklerine göre geliştirilmesi,
- İş planının ve hedeflerin tüm çalışanlar tarafından anlaşılması,
- Hedeflerin uygulanması konusunda sürekli gelişimin sağlandığından emin olunması,
- Bir Kalite Kılavuzu oluşturulması,
- Uygun kayıt ve belgelerin sağlanması,
- Tedarik, Taşeron ve Tedarik Yönetimi kontrolü üzerine belgelenmiş bir izlek uygulanması,
- Materyal, ürün ve servisin tüm gerekliliklere uyumunu garanti edebilmek için belgelenmiş bir izlek uygulanması, markalı materyal ve ürünün uygun olmayan biçimde kullanılmasının önlenmesi,
- Uygunsuz materyal ve ürünün kullanımının ve dağıtımının önlenmesi, uygunsuzluğunun tespiti durumunda, mevcut ve potansiyel etkilerine göre karşı eyleme geçilmesi için belgelenmiş bir izlek uygulanması,
- Tasarım ve gelişim eylemlerinde bulunuyorsa, belgelenmiş bir tasarım ve gelişim kontrol izleği uygulanması,
- Tüketicileri, varlıkları, imajı ve TCCC markalarına gelebilecek herhangi bir zararı önlemek için Vaka Yönetimi ve Kriz Çözümü izleği geliştirilmesi ve uygulanması,

- Her pozisyon ve çalışan için güvenli ve etkili biçimde işin yapılabilmesi için gerekli yeteneklerin belirlenmesi ve iyileştirilmesi,
- Müşteri memnuniyetinin ölçülmesi ve analiz edilmesi için bir izlek uygulanması,
- Kalite Yönetim Sistemi Standardı'na uygunluğun gözlenmesi, diğer TCCC gereklilikleri, amaç değerlendirmesi, uygulama ve kalite sisteminin etkinliği için bir denetleme izleği uygulanması,
- Tüketici iletişimini gözlemlemek için bir izlek uygulanması,
- Düzeltici ve önleyici eylemleri kullanarak kalite yönetimi sistemi verimliliğinin sürekli iyileştirilmesi,
- Gereken her durumda, sorun çözme yetkisi bulunan ve sorunu doğru tanımlayacak bir takım oluşturulması konularından sorumludur.

Yönetimin görev ve sorumlulukları:

Üst düzey yönetim, kalite sisteminin gelişimine, uygulanmasına ve sürdürülebilirliğine destek olmalıdır.



Her organizasyonel birimin yönetimi;

- Bir kalite ifadesi oluşturulması,
- İş planının ve hedeflerin tüm çalışanlara bildirilmesi,
- Kalite sisteminin geliştirilmesi, uygulanması ve sürdürülebilir ilerlemenin sağlanması,
- Uygun kaynaklara erişimin sağlanması,
- Müşteri beklentilerinin ve yürürlükteki gıda kanunları gerekliliklerini karşılamının öneminin organizasyonla paylaşılması,
- Coca-Cola İçecek'in ürettiği ve dağıttığı ürünlerin, üretim ve dağıtım noktalarının her birinde ISO 22000'in uygulanması,
- Planlanmış yönetimin gözden geçirilmesi,
- Müşteri memnuniyetini artırmak amacıyla, müşteri beklentilerinin karşılanması,
- Yönetimin bir üyesinin Kalite Sistemi Şampiyonu olarak tayin edilmesi (Kalite yönetimi sisteminin oluşturulması, uygulanması ve sürdürülebilmesi için gerekli işlemlerin yürütülmesi konusunda yetkilendirilecek olan bu kişi, ayrıca sistemin performansı ve bu performansın geliştirilmesi üzerine raporlamadan, müşteri beklentilerine ve yürürlükteki gıda yasalarına uygun davranılmasından da sorumlu olmalıdır),
- Kalite yönetimi sistemi çerçevesinde, organizasyon içinde uygun iletişimin sağlanması,
- Sorumlulukların ve görev dağılımlarının belirlenmesi,
- Kalite yönetimi sisteminin uygunluğunu, verimliliğini ve etkinliğini sağlamak için belirli zaman aralıklarında sistemin incelenmesi,
- Şirket şartları ve yürürlükteki yasalar arasında farklılık meydana geldiğinde, en kapsamlı kuralın uygulanması konularından sorumludur.

Müşterilerimiz



CCİ Türkiye'nin müşteri kitlesi uluslararası perakende ve restoran zincirlerinden, yerel küçük işletmelere kadar geniş bir yelpaze içinde yer alır. Büyük ya da küçük tüm müşterilerimizle karşılıklı fayda esasına dayalı ilişkiler kurmak için çalışırız. Müşterilerimizin işlerinin büyümesinin CCİ Türkiye'yi de büyüttüğüne inanırız. Daha küçük müşterilerimize işlerini daha verimli ve kârlı kılabilmelerine yardımcı olmak için ayrıca destek veririz. Amacımız müşterilerimiz için en iyi tedarikçi olmaktır.

müşterilerimizi hipermarketler, süpermarketler, indirim mağazaları ve bakkallar oluştururken, yerinde tüketim müşterilerimiz restoran, otel, fast food zincirleri gibi tüketim noktalarıdır.

Doğrudan ya da dolaylı olarak dağıtılan, dünyanın en değerli içecek markasını Coca-Cola markalı binlerce araçla müşterilerimize ulaştırırız. CCİ Türkiye olarak dağıtım ağımla Türkiye'deki perakende noktalarının yüzde doksandan fazlasına erişme gücüne sahibiz.

Müşterilerimiz ev kanalıyla tüketim ve yerinde tüketim pazarı olarak ikiye ayrılır. Ev kanalının içinde yer alan

2008 yılı Şubat ayında 1,5 litre olarak pazara sunduğumuz depozitolu pet şişeyle, etiket ve kâğıt tasarrufu yaptık. Böylelikle tüketicilerimize uygun fiyatlı ürün sunarak hem çevresel etkilerimizi azalttık hem de müşterilerimizin cirolarında artış yakalamalarını sağladık. Müşterilerimizin yükselen bir satış grafiği elde edebilmeleri için değişik bölgelerde, semt sakinlerinin evlerini ziyaret edip indirim kuponları bırakarak veya kapılarında REFPET satarak tüketicilerimizin müşterilerimize yönelmeleri için etkinlikler yürüttük.



Ürünlerimizin yaygın ulaşılabilirliği başarımız için kilit etkenlerden biridir. Bulunabilirliğimizi arttırmak için müşterilerimize yaratıcı görsel unsurlar, satış noktası materyallerinin yanı sıra özel olarak tasarlanmış soğutucular da temin ederiz. Tüketicilerimize tutarlı mesajlar vermek için faaliyette bulunduğumuz her ülkede satış noktası çalışmalarımızı, ulusal çapta özendirici etkinliklerle bütünleştirerek sürdürüyoruz. İş alanımız içindeki her pazarda satış noktası uygulamalarının standartlarımıza uygunluğunu takip ederken, pazara özel şartları değerlendirmeyi ve gereksinimleri tanımlamayı en iyi şekilde ülke satış yöneticilerimizin yaptığına inanıyoruz.

Coca-Cola Danışma Merkezi



Coca-Cola Danışma Merkezi, 0800 261 19 20 numaralı ücretsiz hatla tüketicilerimizin ve müşterilerimizin talep, öneri ve şikâyetlerine cevap verir. Coca-Cola Danışma Merkezi'ni arayan tüketiciye bu süreçte verilen hizmet kalitesi gizli tüketici araştırması yöntemiyle test edilir. Bu sırada sadece Danışma Merkezi operatörleri değil, kalite departmanı çalışanlarıyla tüketiciyi ziyaret eden satış kadroları da dahil olmak üzere sistemin içinde yer alan ilgili kişilerin tümünün hizmet kalitesi ölçülür. İyileştirilmesi gereken alanlarda hızla önlem alınır, gerekli görüldüğünde eğitimler düzenlenir ve başarılı bulunan ekipler

yılda bir kez ödüllendirilir. Aynı zamanda, yıl içinde Danışma Merkezi'ni arayan tüketicilere yönelik bir memnuniyet anketi düzenlenerek tüketici beklentilerine daha iyi cevap verebilmek ve gerekli iyileştirmeleri sağlayabilmek için mevcut durum tespiti yapılır. Coca-Cola Danışma Merkezi, tüm bu özellikleriyle hizmet seviyesini dünya standartlarının üzerinde tutmak için çalışmaktadır. Dünya standartlarında Çağrı Merkezi hizmet standartları performansı yüzde 90 olarak belirlenmişken, Coca-Cola Danışma Merkezi'nde bu rakam yüzde 95 düzeyindedir.

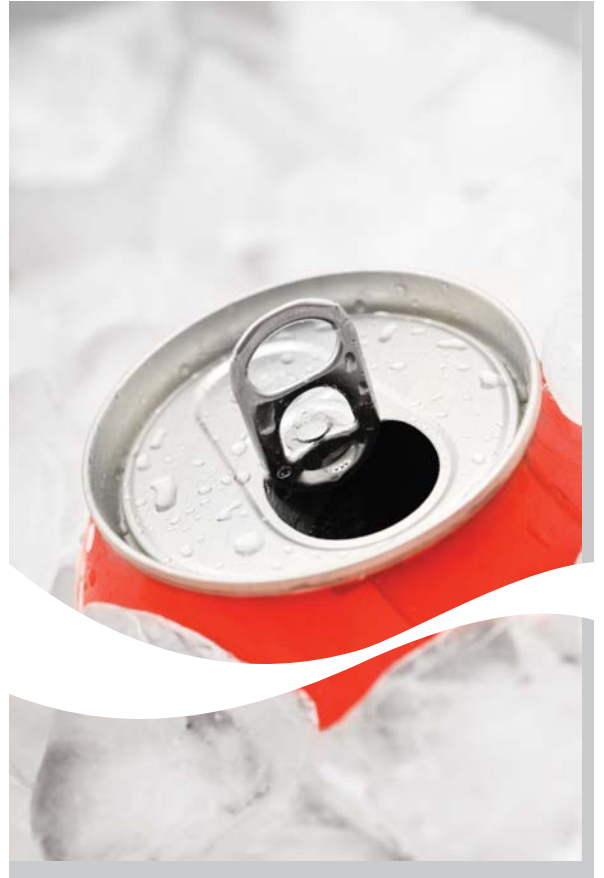
Tüketicilerimiz

Tüketicilerimiz yıllardır Coca-Cola markasını günlük hayatlarına, evlerine ve kutlamalarına davet etmektedir. Bu davet bizlere büyük bir gurur yaşatırken aynı zamanda da sorumluluklarımızı da arttırmaktadır. Ürünlerimizde kaliteye verdiğimiz önemin, sürekli öğrenen organizasyon olmak yolunda attığımız adımların temelinde de bu sorumluluk yatar.

Tüketicilerimizle iletişim politikamız, onların ürünlerimiz hakkındaki bilgilere hızlı erişebilecekleri, şikâyetlerini ve sorularını iletebilecekleri, her an erişilebilir bir iletişim metodu geliştirmek üzerine odaklanmıştır. Bu amaçla Coca-Cola Danışma Hattı aracılığıyla bize ulaşan tüketici dilek ve önerilerini en kısa zamanda yanıtlar, aldığımız geribildirimleri iyileştirme fırsatları olarak görürüz.

Tüketicilerimizin sağlığı bizler için çok önemlidir. Bu nedenle ürünlerimizin tüketici sağlığına olan etkilerine beklentilerin de ötesinde özen gösteririz. Coca-Cola'nın tüm ürünleri, satıldıkları 200'den fazla ülkede ilgili kuruluşlar tarafından onaylanmıştır. Verilen bu onaylar ürünlerimizin güvenli olduğunu belgelemektedir. Dünyanın her yerinde, her gün aynı kalitede üretilmiş 1,3 milyar bardak ürünümüz satılmaktadır. Türkiye'de satılan ürünlerimizin tamamı Türk Gıda Kodeksi ve Alkolsüz İçkiler Tebliğine uygun olarak üretilerek tüketicilerimize ulaştırılır.

Tüketicilerimizin bilinçli ve sağlıklı seçimler yapmaları için tüm gücümüzle çalışıyoruz.



The Coca-Cola Company'nin dünyada ve Türkiye'de dengeli beslenme ve fiziksel aktiviteyi destekleyen sorumlu pazarlama faaliyetleri dört ana alana odaklanır.

1 Tüketicilerimize sunduğumuz seçenekler.

Dünyada 400'ün üzerinde markaya sahip Coca-Cola Şirketi, Türkiye'de de yedi kategoride 13 farklı marka seçeneği sunmaktadır. İçecek gereksiniminin kişiden kişiye, yaşa ve cinsiyete göre değişiklik gösterdiğini biliyoruz. Bu amaçla, gazlı içecek, meyve suyu, sporcu içeceği, enerji içeceği, su, çay ve soğuk çay kategorilerinde seçenekler sunarak sektörümüzdeki ürün çeşitliliğini artırmayı ve dengeli beslenmeyi desteklemeyi hedefliyoruz. Bu doğrultuda, farklı enerji değerlerine sahip ürünlerimizi değişik boyda ambalajlarda tüketicilerimizle buluşturuyoruz.

2 Satış ve pazarlama çalışmalarımızda sorumlu yaklaşım.

Uluslararası satış ve pazarlama ilkelerimiz doğrultusunda, 12 yaş altındaki çocukların beslenmeleri ile ilgili kararların anne-babalarının sorumluluğunda olması nedeniyle, bu yaş grubundaki çocuklara yönelik doğrudan pazarlama ve reklâm faaliyetleri gerçekleştiriyoruz. Ürünlerimiz ve içerikleriyle ilgili her türlü iletişimi sadece güvenilir, bilimsel kaynaklara dayandırıyoruz.

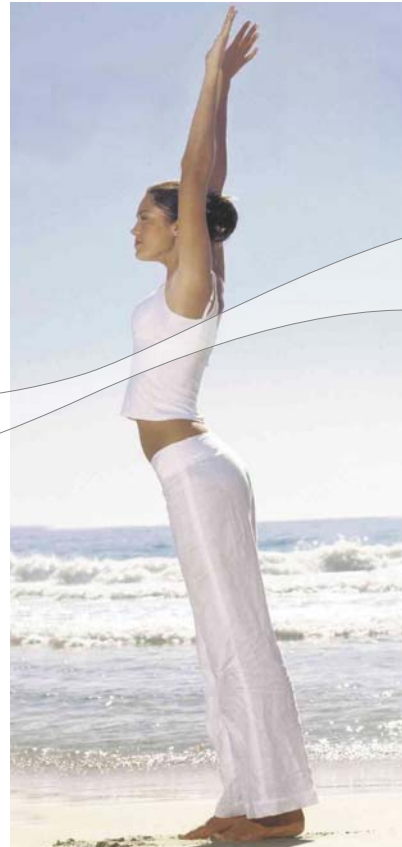
Ürünlerimiz ve sağlıklı beslenme hakkında bilgi edinmek için web sitemizde yayınladığımız **Meşrubatlar Hakkında Merak Ettikleriniz** başlıklı bilgilendirici broşürümüzden yararlanabilirsiniz.

3 Her alanda spora destek.

Hali saha maçlarından Dünya Kupası'na kadar uzanan bir çeşitlilikte futbolu destekliyor, yerel turnuvalardan Olimpiyat Meşalesi Koşusu'na kadar farklı büyüklükteki birçok spor etkinliğinin sponsorluğunu üstleniyoruz.

4 Ürün içeriklerimiz, dengeli beslenme ve fiziksel aktivite konusunda bilgilendirme.

Coca-Cola Türkiye olarak, tüketicilerin daha bilinçli tercih yapmalarını sağlamak amacıyla, tüm ürünlerde uygulanması için herhangi bir yasal yükümlülük olmamasına rağmen, etiketlerimize enerji ve besin öğeleri bilgilerini ekledik. Hazırladığımız kitapçık, broşür gibi yayınlar, düzenlediğimiz seminer ve etkinliklerle tüm toplumu dengeli beslenme ve aktif bir yaşamın önemi konusunda bilinçlendirmeyi hedefliyoruz. Bu doğrultuda şirket çalışanlarımızdan başlayarak, Türkiye çapında yaklaşık 3,000 kişiye yönelik Dengeli Beslenme ve Fiziksel Aktivite eğitimleri düzenledik.



Ürünlerimiz

200'den fazla ürün çeşidimizle sürekli yeniliklere imza atmak için çalışmaktayız. Gazlı içeceklerle ek olarak meyve suları, su, spor ve enerji içecekleri ve buzlu çay gibi içeceklerle ürün portföyümüzü genişletiyoruz. Kendini geliştirmek için daima çalışan CCI Türkiye'nin sürekli genişlemekte olan gazlı ve gazsız içeceklerden oluşan ürün yelpazesi *Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Schweppes, Sen Sun, Cappy, Damla, Turkuaz, Powerade, Nestea* ve *Burn* içeceklerini bünyesinde barındırmaktadır. Faaliyet gösterdiğimiz pazarlarda dünyanın en çok satan beş içeceğinden dördü Coca-Cola, Coca-Cola light, Fanta ve Sprite markalı içeceklerimizdir. Ayrıca tüketicilerimizin değişen gereksinim ve beklentilerine uygun olarak düşük ya da sıfır kalorili ürün portföyümüzü de hızla çeşitlendiriyoruz.

Tüm ürün portföyümüzü görmek ve ürünlerimiz hakkında detaylı bilgi almak için lütfen www.cci.com.tr adresini ziyaret ediniz.

www.cci.com.tr



Bilgi Teknolojileri

Bilgi teknolojisi sistemleri işimizin yönetiminde yaşamsal öneme sahiptir. Üretimi planlamak, hammadde tedarik etmek, sevkiyat araçlarını yönlendirmek ve müşterilerimize fatura kesmek için gelişmiş bilgi teknolojisi sistemlerini kullanırız. Bilgi teknolojilerini etkin bir şekilde kullanmayı paydaşlarımızla şeffaf bir iletişim modeli gerçekleştirebilmek için de önemli bir kazanç olarak görürüz. Tüm müşterilerimiz aynı sistem üzerinden ve istedikleri her an muhasebe bilgilerine ulaşabilir ve bu konuda hiçbir müşterimize farklı uygulama yapılmaz. Bu amaçla kullandığımız BASIS, TCCC'ye ait satış muhasebesi yazılım sistemimizdir.

TCCC tarafından geliştirilmiş web-tabanlı bir araç olan ve temelini BASIS'in oluşturduğu WebBASIS ile bağımsız dağıtıcılarımızın doğrudan sipariş vermelerini sağlarken sevkiyatları izler ve onların bizdeki hesaplarına erişebilmelerini sağlarız.

BASIS programını kullanan dağıtıcılar kendi bölgeleri için satış istatistiklerine de erişebilmektedir. CCI Türkiye olarak kullandığımız bu dolaylı iş yöntemi diğer şişeleyciler tarafından da model olarak alınmaktadır. 2007'de BASIS ile 250 distribütörümüze kurulan Dağıtım Sistemi Programı sayesinde 260.000 CCI müşterisinin satışlarının yüzde 97'sini kapsıyoruz.

Dağıtım Sistemi Programı Nasıl Çalışır?

Satış ekiplerimiz siparişleri elde taşınabilen cihazlarla almaktadır. Bu cihazlar aynı zamanda ziyaret edilen satış noktası, donanım, alacak hesapları ve satış noktasının sevkiyatı gibi güncel kayıtları da satış ekiplerinin kullanımına sunar. Sistem dahilinde elde ettiğimiz bu bilgileri, satış potansiyeli olan kanal türlerinin her birinde, farklı tüketici tercihlerini ve satın alma alışkanlıklarını kapsamlı ve detaylı şekilde analiz etmek için de kullanırız. Bu analize dayanarak ürünlerimizi, fiyatlandırmamızı, paketleme ve dağıtım stratejimizi gözden geçirir, her dağıtım kanalının büyüme potansiyelini en yüksek düzeye çıkarmak üzere bu sonuçları değerlendiririz. Bilgi teknolojisini etkin bir şekilde kullanarak her kanalda farklılaşabilen tüketici eğilimlerine hızlı ve etkin çözümler üretiriz.



Yeşil IT

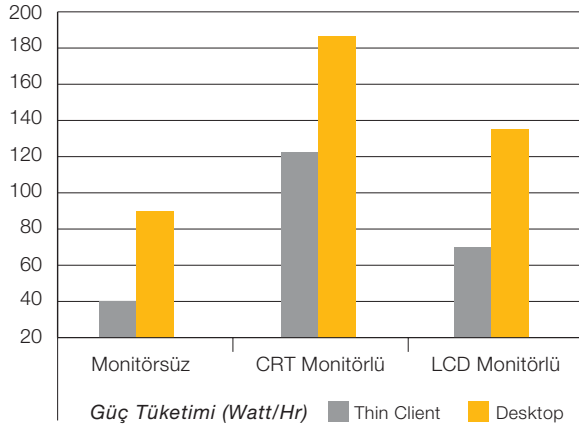
Küresel IT sektörü gezegenimizin toplam karbon emisyonunun %2'sinin salınımını gerçekleştirmektedir.* Yeşil IT, bilgisayarların verimli kullanılmasının yanında bilgisayar sistemleri kullanılarak enerji ve doğal kaynak kullanımının kısıtlanması için yapılan çalışmaların bütünüdür. CCİ Türkiye olarak büyük önem verdiğimiz Yeşil IT alanında yürüttüğümüz birçok çalışma aşağıdaki başlıklar altında toplanmıştır.

Geri dönüşüm:

Yazıcılarda kullanılan toner kartuşları geri dönüşüm kutularında toplanır. Farklı birimlerde kullanılan boş toner kartuşları Dudullu'daki ofisimizde toplanarak ilgili firmaya gönderilmektedir.

Terminal Server & Thin Client:

CCİ Türkiye'nin uzun yıllar kullandığı terminal sunucular ve kullanıcı tarafında kullanılan Thin Client makinelerin standart masaüstü bilgisayarlara göre enerji tüketiminde önemli avantajları bulunmaktadır. Thin Client makinelerin ürün ömrü de standart masaüstü bilgisayarlara göre daha fazladır.



Cihaz sayısı	
Laptop	643
CRT	405
LCD	313
Thin Client	532
Desktop	169

* Kaynak: Gartner IT, araştırma ve danışmanlık şirketi.

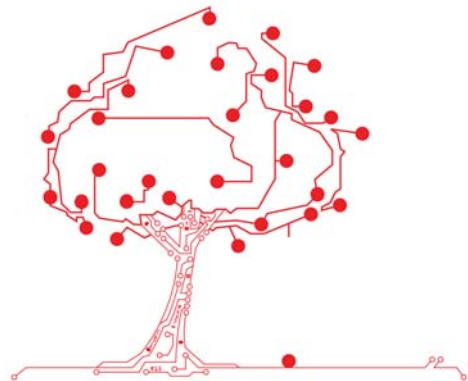
2008 ilk çeyreğinde LCD monitörlerle değiştirdiğimiz CRT monitör sayısı 100, geçen yıl ve bu yıl Thin Client ile değiştirdiğimiz masaüstü bilgisayar sayısı ise 250'dir.

İş Akışı Uygulamaları ve Kâğıt Tasarrufu:

İş Akışı uygulamalarımız gereğince yılda ortalama 100.000 adet form düzenlemektedir. Bu formların sanal ortamda saklanması sayesinde önemli oranda kâğıt tasarrufu sağlanmaktadır. Bir ağaçtan 10.000 sayfa kâğıt elde edildiği varsayıldığında, bu yöntem sayesinde 10 veya daha fazla ağacın kesilmesi önlenmektedir. Ayrıca kâğıt evraklar nedeniyle ortadan kaldırılarak süreçlerin hızlı ilerlemesi ve zaman tasarrufu sağlanır.

Sanallaştırma (Virtualization):

Sanallaştırma, iki ya da daha fazla bilgisayar sisteminin bir set fiziksel donanım üzerinde yürütülmesidir. Bir sistem yöneticisi birkaç fiziksel sistemi, sanal makineler üzerinden tek ve güçlü bir sistemde birleştirebilir. Bu şekilde fiziksel donanıma gerek kalmaz, enerji tüketimi azaltılır. Aralık 2007 tarihinde imzalamış olduğumuz Veri Merkezi Anlaşması'ndan beri CCİ Türkiye olarak Server Virtualization sistemini kullanmaktayız. Yeni sunucu ihtiyaçları da bu sistemle karşılanacaktır.



Güç Yönetimi:

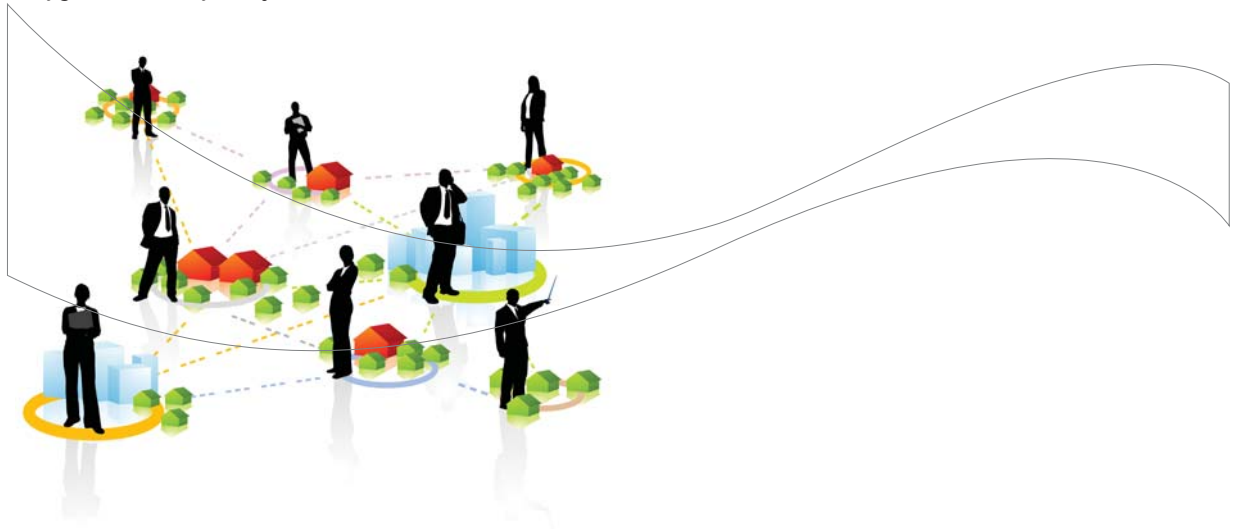
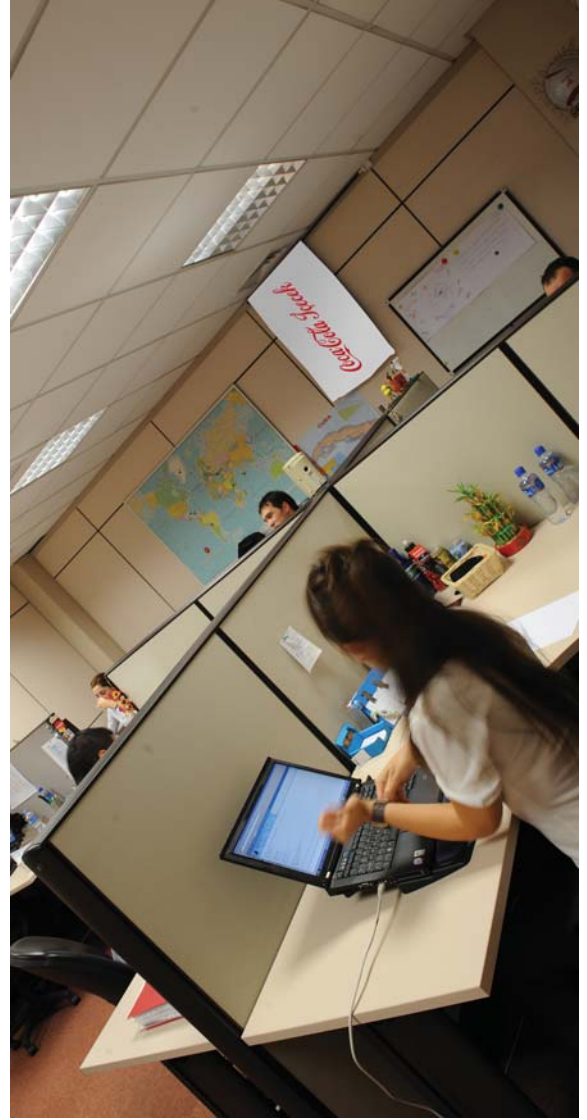
Açık bir endüstriyel standart olan Gelişmiş Konfigürasyon ve Güç Arabirimi (The Advanced Configuration and Power Interface), faaliyetteki bir sistemin güç koruma yönlerini kontrol edebilmesini sağlar. Bu sistem, belli bir kullanılmama süresinden sonra, monitör ve hard drive gibi parçaların kendiliğinden kapanmasını sağlayarak enerji tasarrufu sağlar.

Saklama:

Kullanmakta olduğumuz daha küçük form faktörlü hard disk sürücüler genellikle fiziksel olarak daha geniş sürücülerden daha az enerji tüketmektedir.

Telekonferanslar:

Toplantılarda aynı mekânda bulunma zorunluluğunu ortadan kaldıran telekonferans sistemlerinin iş gezileri nedeniyle meydana çıkan sera gazı etkisini düşürmesi, ofis alanı, ısıtma, soğutma ve aydınlatma masraflarının düşürülmesine bağlı olarak kâr oranlarının artması gibi avantajları bulunmaktadır. CCI olarak kullandığımız Sametime uygulamasında konferans ve internet protokolü üzerinden görüşme (VoIP) araçlarını kullanırız. Bu uygulamayı gün geçtikçe daha da yaygınlaştırıyoruz. Sametime uygulamalarının gerektirdiği hat kapasitesi için kapasitemizi önemli ölçüde artırıyoruz. Bu projeyi 2008 yılı sonuna kadar tamamlamayı hedefliyoruz. 2009 yılı bütçemizde önemli bir pay telekonferans altyapımızı iyileştirecek uygulamalara ayrılmıştır.



“ İklim değışikliğı gibi küresel bir sorun karşısında doğru enerji kaynaklarını kullanarak, üretim ve dağıtım kanallarımızda enerji verimliliğimizi artırarak üzerimize düşen sorumluluğı yerine getirmek için çalışıyoruz. ”



Çevre

Çevre Politikamız

Küresel Su Yönetimi

Sürdürülebilir Ambalajlama ve Paketleme

Enerji Yönetimi ve İklim Değişikliği



“ CCI olarak sürdürülebilirlik anlayışımızın temelinde çevreye olan büyük saygımız yatmaktadır. ”

Gezegeneimize özen göstermenin yolunun doğal kaynakların verimli kullanımından geçtiğinin bilincindeyiz. Coca-Cola Sistemi olarak etkin çevre yönetimimizi, planlama ve karar verme süreçlerimiz ile günlük faaliyetlerimizin ayrılmaz bir parçası haline getirdik. Sorumlu dünya vatandaşlığına inancımızla kendimize doğal kaynakları kullanma konusunda iddialı hedefler koyuyor ve bu hedeflere ulaşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Geri dönüşüm ve yeniden kullanım fırsatlarını değerlendirerek ürün, üretim süreçleri ve faaliyetlerimizde verimliliğimizi artırırken, çevresel etkilerimizi de azaltıyoruz.

Bu bağlamda, çevre politikamız etki alanlarımıza göre belirlenmiş ve üç ana başlık altında toplanmıştır:

- 1 Küresel su yönetimi,
- 2 Sürdürülebilir ambalajlama ve paketlenme,
- 3 Verimli enerji kullanımı, çevre koruma ve iklim değişikliği.

	Dünya ortalaması 2006	Türkiye 2007
Ortalama Su Kullanım Oranı	2,52 litre/litre ürün	1,62 litre/litre ürün
Ortalama Katı Atık Oranı	10,47 gram/litre ürün	3,57 gram/litre ürün
Ortalama Enerji Kullanım Oranı	0,48 megajül/litre ürün	0,25 megajül/litre ürün

Çevre Göstergeleri***	Birim	2005	2006	2007
Su kullanım oranı	L/L	1.754	1.738	1.624
Enerji kullanım oranı	MJ/L	0.274	0.260	0.258
Katı atık oranı	g/L	3.836	3.899	3.574
Geri dönüşüm	%	91.26%	90.99%	90.14%

***Tabloda yer alan değerler sadece üretim tesislerine aittir.

2008 çevre performans hedeflerimiz		
	Birim	Hedef
Su kullanım oranı	L/L	1,61
Enerji kullanım oranı	MJ/L	0,26
Katı atık oranı	g/L	3,39
Geri dönüşüm	%	90,58

2007 yılında çevre konusunda herhangi bir ceza alınmamış, faaliyetlerimizden kaynaklanan herhangi bir sızıntı gerçekleşmemiştir. Biyolojik çeşitliliği yüksek bölgeleri etkileyen üretim faaliyetimiz bulunmamaktadır. Yıl içinde çevre uygunsuzluğu nedeniyle ödenmiş ceza bulunmamaktadır.



Küresel Su Yönetimi

Günümüzde dünyada yaklaşık 1,3 milyar insan temiz içme suyuna erişememektedir. Temiz su ve temel sağlık koşullarının yetersizliği nedeniyle her yıl 1,6 milyondan fazla çocuk ise hayatını kaybetmektedir. 2025 yılında dünya nüfusunun üçte birinin ciddi ve kronik su yetersizliği yaşaması ve temiz su eksikliğinden kaynaklanan salgın hastalıkların görülmesi beklenmektedir.

Gezegenimizdeki suyun %70'i tarımsal, %20'si endüstriyel ve %10'u da ev içi kullanımda

tüketilmektedir. Su, şeker üretiminin temel bileşeni olarak tedarik zincirimiz için de çok önemli etkilere sahiptir. Etkin bir su yönetim politikası, hizmet ettiğimiz topluma ve gezegenimize karşı sorumluluğumuz olduğu kadar kendi işimizin sürdürülebilirliği için de esas etkindir. Sadece çalışanlarımız, müşterilerimiz ya da tüketicilerimizin değil, toplumun tamamının gereksinimlerini karşılamak amacıyla uzmanlık alanlarımızda yenilikçi adımlar atmaktayız. Bu bağlamda, su yönetimi politikamız dört ana alana odaklanır:

- 1 **Üretim tesislerimizin performansı:** Hedefimiz etkin su kullanımında örnek olmak, su kalitesini ve atık su yönetimimizi iyileştirmektir.
- 2 **Su havzalarının korunması:** Faaliyetlerimizi yürüttüğümüz bölgelerde su havzalarının korunması yolundaki çabaları destekleriz.
- 3 **Toplumsal çabaların desteklenmesi:** Temiz içme suyuna erişim sorununa paydaşlarımızla birlikte çözüm ararız.
- 4 **Küresel farkındalık ve eylem:** Suyu ilişkin sorunlar konusunda farkındalığı artırmak için çalışırız. Uluslararası girişimlerle işbirliği yaparak bu konudaki faaliyetleri yaygınlaştırırız.



Kullanımı Azaltma:

Hedefimiz emsallerimiz arasında suyu en etkin şekilde kullanan şirket olmaktır. **Daha az su, daha çok içecek** sloganıyla hareket eden şirketimiz ürettiği her kasa içecek için tükettiği suyu mümkün olduğu kadar azaltmak için çalışır. Coca-Cola Sistemi'ne yayılan bu verimlilik politikasıyla CCİ Türkiye 2007 yılında Türkiye'deki operasyonlarında %19 oranında daha az su kullanarak çok başarılı bir performans sergilemiştir. Amacımız su tüketim oranımızı yıllık hedeflerimiz doğrultusunda azaltmaktır. Bu alanda farkındalığı arttırmak ve uygulama bilincini yaygınlaştırmak için Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) ile işbirliği yaptık.

Tüm Coca-Cola Sistemi içinde Coca-Cola İçecek Türkiye su kullanım oranını azaltma konusunda en başarılı ülkeler arasında bulunmaktadır. Coca-Cola

Sistemi'ndeki su kullanımı raporlarında temel ölçümlerden birisi de 1 litre içecek üretiminde kullanılan su miktarıdır. Üretimdeki su kullanım oranımız 2002'den bu yana tüm Coca Cola sisteminde 1 litre içecek için 3,12 litreden 2,52 litreye düşmüştür. Türkiye'de ise bu değer 2007 yılında 1,62 litre olarak gerçekleştirilmiştir.


**Üretim Tesislerinde
Su Kullanım Miktarı (2007)**

	2006 L/yıl	2007 L/yıl
Ankara	544,749,000	584,978,000
Çorlu	928,005,000	895,729,000
Mahmudiye	-	78,942,821
Mersin	641,898,300	608,172,000
İzmir	459,215,000	509,275,000
Bursa	580,860,195	568,837,000

Su Kullanmadan Havayla Temizleme

Su kullanımımızı azaltmak için teknolojik yatırımlarımızı sürdürüyoruz. İki yıldır Çorlu'daki tesisimizde pet ve aseptik pet hatlarında, su kullanılmayan şişe temizleme yöntemi uygulanmaktadır. **Türkiye'de içecek sektöründe ilk kez kullanılan bu donanım sayesinde yılda 18.200 ton su tasarrufu sağlıyoruz.**

Bu sistemde, steril hava pet şişe içine üflenir veya doldurulur. Hava hortumuna eklenmiş yüksüz elektrot, dışarı çıkan steril havaya pozitif ve negatif iyon katar. Steril havanın işleniş sırasında şişedeki akım nötralize edilir. Bu işlem nedeniyle hava akımıyla ortaya çıkmış, şişedeki yabancı madde parçacıkları çözülür. İşlemin ardından distribütör kanalındaki kontrol vanası, hava işleniş sırasında oluşan havayı keser.



Su kullanımını azaltma çalışmalarımızdan bazıları:

- Fabrikalarımızda sulu bant kaydırıcı yerine kuru bant kaydırıcı sisteme geçilmiştir.
- Kompresörlerdeki soğutma suları kasa yıkama performansını arttırmak için kullanılmaktadır.
- Yağmur suları vakum sistemi ile toplanarak bahçe sulama için kullanılmaktadır.
- Su kaçaqlarını durdurmak için yeraltındaki yangın ve bahçe sulama suyu hatlarının yer üstüne alınmasıyla ilgili çalışmalarımız sürmektedir.

0,28'e inmiştir. Üretim miktarı artmış olmasına rağmen atık su oranında %28,2'lik bir iyileşme sağlanmıştır.

Coca-Cola Sistemi fabrikalarında 2007 yılında, 545 milyon litre atık su işlenerek artırılmış ve yaklaşık 4,3 milyar litre temiz suyun kirlenmesi önlenmiştir. Atık su havuzlarımızdaki su kalitesinin göstergesi olarak canlı alabalıkları her fabrikamızda görebilirsiniz.

Geri dönüşüm:

2010 yılı hedefimiz, üretimde kullandığımız tüm su miktarını su yaşam dengesini koruyacak ve tarımı destekleyecek şekilde doğaya geri vermektedir.

Fabrikalarımızda atık su arıtma tesisleri için yapılan yatırımlar yaklaşık 2 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. Bu tesislerden çıkan artırılmış atık su, içinde balık yaşayabilecek nitelikte temiz su olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'deki atık su arıtma sistemlerinde hem Coca Cola standartları, hem de yerel mevzuatlar eksiksiz karşılanmaktadır. Üretim sürecinden çıkan atık sular, belediyenin onayladığı tesislerde ya da kendi tesislerimiz bünyesindeki arıtma sistemlerinde arıtılmaktadır. Bu suyun kalitesi hem ilgili Bakanlık yetkilileri tarafından, hem de TCCC standartlarına uygunluk açısından bağımsız laboratuvarlarda ve fabrika tesislerinde düzenli kontrol edilmektedir.

2006 yılında toplam atık su oranı, bir litre başına 0,39 litre olarak gerçekleşmişken, 2007 yılında bu oran



Üretim Tesisleri Atık Su Miktarı ve Boşaltım Yeri

	2006 yılı tahliye edilen su miktarı (L)	2007 yılı tahliye edilen su miktarı (L)	Varış yeri
Ankara	81,581,000	86,408,000	Çubuk deresi
Çorlu	173, 794,000	182,418,000	Çorlu deresi
Mahmudiye	-	12,133,104	Belediye tesisleri
Mersin	192,911,000	176,697,000	Boşaltma hattı
İzmir	135,742,000	99,177,000	NİF Çayı
Bursa	125,901,000	184,880,000	Yeşil Çevre Merkezi Arıtma

* * Atık su işlenerek yerel mevzuata ve TCCC standartlarına uygun olarak tahliye edilir.

Geri kazanım:

Suyu yerine koyma hedefimiz, küresel ölçekte doğadan aldığımız ve ürünlerimizde kullandığımız su miktarını dengelemeyi amaçlar. Bu bakış açısıyla, üstlendiğimiz ve üstlenmeyi planladığımız sorumluluklar su havzalarının korunması, suyun tarımda etkin kullanımı, toplumların temiz içme suyuna erişimi, yağmur suyunun toplanması ve yeniden ağaçlandırma projelerini içerir.

Kullandığımız suyu yerine koyma bilinci içinde, sağlıklı içme suyuna erişimin artırılması, sanayide çevreye duyarlı teknolojilerin desteklenmesi ve su tüketimi konusunda küresel farkındalığın artırılması amacıyla 4 Kasım 2006 tarihinden beri Türkiye başta olmak üzere 21 ülkede **Her Damla Değer Katar** projesini yürütüyoruz. Coca-Cola Avrasya ve Afrika Grubu, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ile işbirliği içinde tasarlanan 7 milyon dolar bütçeli bu projeye su kaynaklarının korunmasına yönelik çalışmalara katkı sağlanmaktadır.



Tekkeköy Beypazarı'nda Türkiye'nin ilk yağmur toplama pilot projesi köyün tüm hanelerinde hayata geçirilmiştir.

**Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
“Her Damla Değer Katar” Bölgesel Proje
Müdürü Boğaçhan Benli**

“TCCC/CCİ ile yaptığımız işbirliği dünyada birçok özel sektör kuruluşu tarafından beğeni ile karşılanıyor.”

Sürdürülebilir kalkınmanın oluşması için sürdürülebilir toplulukların olması gerekiyor. Bu da çevrenin korunması ve doğal kaynakların etkin kullanımı ile gerçekleşebilir. Sadece devletin ve sivil toplum kuruluşlarının çalışması artık günümüzde yeterli değil. Özel sektörün etkili çalışma tarzı, sonuç alımını hızlandırmaktadır.

UNDP ve TCCC 2006 yılı sonunda Her Damla Değer Katar adı altında 22 ülkeyi kapsayan bölgesel bir su işbirliği projesine imza attılar. Her Damla Değer Katar Projesi ilk etapta Hırvatistan, Romanya, Türkiye, Kazakistan ve Karadeniz havzalarında projeler yürütmüş ve tamamlamıştır. Projeler hakkında detaylı bilgiyi, www.everydropmatters.org adresinden temin edebilirsiniz.

“Her damla değer katar” projesi ile, Birleşmiş Milletler'in Binyıl Kalkınma Hedefleri'nden 7 numaralı başlık olan “çevresel sürdürülebilirliği sağlamak” temel hedef alınmıştır. Bu bağlamda proje 3 ilke üzerine kurulmuştur; temiz içme suyuna ulaşamayan topluluklara yenilikçi çözümler getirmek, endüstriyel su yönetimi konusunda çözümler geliştirmek ve su kaynaklarının sürdürülebilir olarak kullanımı konusunda bilinç oluşturmaktır.

Projeler, TCCC ve UNDP Çevre ofislerinin ortak çalışması ile yürütülmüştür. Bu proje, tipik bir donör ve uygulayıcı formatı yerine, iki kuruluşun projenin her aşamasında ortaklaşa çalışması ile



yürütülmüştür. Her iki kuruluş da proje bütçesine katkısı sağlamıştır.

Projeler kapsamında CCİ Türkiye ile Ankara Saray Beldesinde ortaklaşa bir çalışma yürüttük. Kısa zamanda 15000 kişinin su sorununu çözdük ve yıllık 50 000 ton su kaybını önledik. Bu çalışma tüm beldelere örnek olacak bir çalışmadır.

Günümüzde son derece değerli olan kısıtlı su kaynaklarının korunması ve TCCC/CCİ ile yaptığımız işbirliği dünyada birçok özel sektör kuruluşu tarafından beğeni ile karşılanıyor. 2008 başında Paris'te FEDERE toplantısında örnek bir model olarak tanıtıldık.

Dileğimiz bu tip projelerin yaygınlaşması ve özel sektör kuruluşlarının çevre temalı projelere ilgi göstermeleri.



Hayata Artı ve Su Projeleri

Hayata Artı projesi kapsamında 2005 yılından beri Türkiye'nin her yerinden 16-26 yaş grubundaki gençler, çevre ve toplum sorunları için projeler geliştirmeye ve projelerini yerel sivil toplum kuruluşları bünyesinde hayata geçirmeye çağırılmaktadır. Coca-Cola Türkiye ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) işbirliği içinde yürütülen Hayata Artı programı gençlere, projeleri için 5-50 bin dolar arasında değişen finansal destekle beraber, proje tasarımı, uygulaması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması aşamalarında danışmanlık sağlamaktadır. 3 yıldır sürdürülen çalışmalarda, teknik ve içerik olarak iki aşamada değerlendirilen projeler arasından seçilen 31 proje, 23 şehirde onbinlerce kişiye ulaşmıştır. 2007-2008 döneminde **Hayata Artı**'nın desteklediği projeler arasından iki tanesi ise su konusuna odaklanmıştır.

Balıkesir Üniversitesi Biyoloji ve Çevre Topluluğu bünyesindeki gençlerin geliştirdiği **Bir Damla, Bin Verim** projesi su kaynaklarının giderek azalması sorununun çözümüne katkıda bulunarak **Hayata Artı** katan projelerden biridir. Ülkemizde her yıl, kullanılan tatlı su kaynaklarının %75'i tarımsal sulamada tüketilmektedir. Tarımda kullanılan sulama yöntemleri su kaynaklarını tükettiği kadar toprağın da verimini azaltır. Proje grubu, Balıkesir'de üniversiteyi, sulama birliklerini, tarım kuruluşlarını ve sivil toplum kuruluşlarını harekete geçirmiştir. Tarımda damla sulama uygulamalarını yaygınlaştırmak için 3 dönümlük arazide pilot uygulama yaparak sonuçları çiftçiler ve çiftçilere destek veren kamu ve sivil toplum kuruluşlarıyla paylaşacak olan ekip, yaklaşık 1000 çiftçinin katılımıyla düzenlediği panelle projesini sürdürmektedir.



Hayata Artı projelerinden bir diğeri ise Manisa'da başlatılmıştır. Manisa'da lise ve dershanelerde eğitim gören gençlerden oluşan bir topluluk Ege Derneği bünyesinde yürüttükleri **Temiz Gediz** kampanyasıyla Manisa'da Gediz Nehri için farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. **Ben de Gediz'de balık tutmak, piknik yapmak istiyorum** imzalı 10,000 kartpostalı Çevre Bakanı'na göndererek harekete geçen ekip gelecek dönemde faaliyetlerini Gediz'in geçtiği tüm topraklarda yaygınlaştırmayı amaçlamaktadır. 2008 yılı itibarıyla ise, program sadece çevre projelerine odaklanacaktır.

2008 yılında desteklenmesi uygun görülen projeler:

Kırşehir

Seyfe Kurak Alanı Göl Oluyor

Türkiye'nin ilk 5 Uluslararası Öne Sahip Sulak Alanı'ndan biri seçilen Seyfe Gölü son 4 yılda kuraklık yüzünden neredeyse çöl olmuştur. Proje Seyfe Gölü'nün kurtarılması için gereken acil önlemleri içeren bir eylem planını hazırlamayı, ulusal sulakalan komisyonuna sunmayı ve sorunun çözümünün takipçisi olacak yerel girişimi oluşturmayı hedeflemektedir.

Mardin

Atık Şaheserler

Projeyle Mardin halkının katı atıklardan bir sanat eğitimci yardımıyla sanat eserleri tasarlaması hedeflenmiştir. 50 Atık Şaheser'in Mardin'de sergilenmesiyle katı atıkların yaratıcı bir şekilde geri kazanımı görünür kılınacak ve Mardin'de katı atıkların depolanması ve dönüştürülmesi konusunda yerel yönetimler tarafından adım atılması için önemli bir farkındalık yaratılacaktır.

Manisa, Uşak, Kütahya, İzmir

Adım Adım Temiz Gediz

Projeyle dünyanın en verimli 7 havzasından biri olan

Gediz'in kurtarılabilmesi için Gediz Nehri'nin doğduğu Kütahya'dan başlayacak ve denize döküldüğü İzmir'de son bulacak 401 km.'lik **Gediz Çevre Yürüyüşü** gerçekleştirilecektir. Yol boyunca Kütahya, Uşak, Manisa, İzmir'de, Gediz'deki kirliliğe duyarlı sivil toplum kuruluşları, fikir liderleriyle diğer ilgili kişi ve kuruluşlarla görüşülecektir. Görüşmeler sonunda Gediz'deki kirliliğin çözümünde rol alacak aktörlerin nehrin kurtarılması için acil adımlar atmasını sağlayacak **Gediz Çevre Girişimi** oluşturulacaktır.

Balıkesir

Bir Damla Bin Verim Her Yerde

Bir Damla Bin Verim projesi Balıkesir'in merkez köyleri ve ilçelerinde damla sulamayı yaygınlaştırmayı hedeflemektedir. **Bir Damla Bin Verim Her Yerde** ile Balıkesir'de çiftçilerin damla sulama tekniğine geçiş yapmalarını kolaylaştırmak amacı ile danışmanlık ofisi kurulacak ve çiftçi-sistem satıcıları-kamu kuruluşları arasında koordinasyon sağlanabilmesi için çalışılacaktır.

Bursa

%100 Döngü

Türkiye doğal kaynaklarının zenginliğiyle yenilenebilir enerji potansiyeli en yüksek olan ülkelerden biri olmasına rağmen temiz enerji kullanımı çok az bir ülkedir. Proje yenilenebilir enerji kaynaklarının günlük yaşamda kullanımını yaygınlaştırmak için öncelikle Bursa'daki iki evde güneş enerjisinden elektrik enerjisi elde etmeyi ve bu iki evin arasına kurulacak 100 metre karelik bir seranın ısıtma ve elektrik ihtiyacını güneş enerjisinden elde ederek Bursa'da yenilenebilir enerji kullanımını teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

Kapadokya

WETKAP

Mevcut arıtma tesisleri maliyetli çözümler üretebildikleri ve bu tesislerin enerji ihtiyacının yüksekliği önemli bir sorundur. Atıksu arıtım ve geri kazanım yöntemi olan



ekilmiş sulakalanlar ise bu konuda büyük avantajlar sunmaktadır. WETKAP Projesiyle Kapadokya'nın İbrahimpasha Köyü'nde geleneksel atıksu arıtım sistemlerine göre daha az maliyet ve düşük enerji sarfiyatlı ekilmiş sulakalan oluşturularak küçük yerleşim birimlerinin atık su sorununa yenilikçi bir çözüm geliştirilecek ve bu uygulamanın yaygınlaştırılması için bir model oluşturulacaktır.

Bandırma-Manyas

Manyas Temiz Suyunu Geri İstiyor

Uluslararası Koruma Alanı statüsünde olan ve Türkiye'nin önemli kuş türlerini barındıran Manyas Gölü evsel, zirai ve sanayi atıklarıyla giderek kirlenmektedir ve Milli Park olmasına rağmen korunamayan göl ekolojik özelliklerini yitirmektedir. Projeye öncelikle Manyas Gölü'ndeki kirlenmeye dikkat çekilerek kirlenmenin önlenmesi için mücadele edecek bir **Manyas Gönüllüleri Girişimi** oluşturmak ve sonrasında Manyas Yönetim Planı'nın uygulanabilir hale gelmesi için kamu kurumlarını, sivil toplum kuruluşlarını ve kirlenmeden etkilenen göl halkını harekete geçirecek bir eylem planı hazırlamak hedeflenmektedir.

Sürdürülebilir Ambalajlama ve Paketleme

Tüm hızlı tüketim ürünleri taşıma, teşhir ve tüketici kullanım kolaylığı için paketlenmek zorundadır. Yiyecek- içecek sektöründe paketleme, ürün güvenliği ve hijyen açısından da önemlidir. Ancak aynı zamanda paketleme materyalleri Coca-Cola sisteminin en büyük atık kaynaklarından biridir. Paketlemeyi azaltmak önemli çevre stratejilerimizdendir. Bir ürün ambalajının yaşam döngüsü boyunca yayılan sera gazı emisyonunu azaltmak ve kaliteden ödün vermeksizin sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla şu konularda çalışırız:

- *Daha az malzeme kullanılacak şekilde tasarlanmış ambalaj*
- *Daha fazla dönüştürülmüş malzeme tüketimine elverişli teknolojiler*
- *Ambalaj malzemelerinin yeniden kullanımına olanak verecek geri kazanım sistemleri*

Uzun yıllardır ambalajlarımızın tasarımında çevre yönetimine önem vermekteyiz. Ambalajın çevre üzerindeki toplam etkisini incelemek amacıyla 1969'da Coca-Cola Şirketi tarafından yapılan ilk araştırma, günümüzde kullanılan yaşam döngüsü değerlendirme metodolojisinin belkemiğini oluşturmaktadır.

Ambalaj Malzemeleri

Coca-Cola Türkiye olarak ambalaj malzemelerimizi alüminyum kutu, cam şişe, PET şişe, damacana, aseptik kutu, Premix (restoran kullanımı için üretilen özel ambalaj) ve BIB (içerisinde ürün hazırlamak üzere şurup bulunan karton kutu) kapları oluşturmaktadır. Amacımız malzemelerin ağırlığını azaltarak çevresel etkilerini en aza indirmektir. Bu amaçla The Coca-Cola Company verimlilik, yaşam döngüsünde etkililik ve ekolojik inovasyon üzerine yoğunlaşan E3 paketleme tasarımını geliştirmeye devam etmektedir. Örneğin son teknoloji ürünü bilgisayar programı sayesinde geçtiğimiz yıllarda en fazla tanınan cam kontür şişemizin tasarımını değiştirerek ağırlığını azalttık ve darbelerle karşı dayanıklılığını da arttırdık. 2000 yılında piyasaya sunduğumuz **Ultra Şişe** bu amaçla tasarlanmıştır. Geleneksel kontür şişeden %20 daha hafif, %40 daha güçlü ve %10 daha ucuz olacak şekilde tasarlanan yenilikçi **Ultra Şişe** 52 bin metrik ton cam tasarrufu ve karbondioksit miktarında da 26 bin tonluk azalma sağlamıştır. Yalnızca tek bir tasarımda uygulanan bu tür bir yenilik bile, yaklaşık 32 bin metrekarelik alana ağaç dikilmesine eşdeğer bir etki yaratmaktadır.



2007 Yılı Toplam Atık Miktarımız

		Ankara	Çorlu	Mahmudiye	Mersin	İzmir	Bursa
Kağıt/Karton	kg	129.310	610.530	56.324	203.860	110.992	142.443
Cam	kg	286.860	173.590	-	152.060	275.700	309.000
Plastik	kg	340.341	709.882	38.416	187.826	170.124	178.278
Metal	kg	61.820	72.910	56	140.700	6.541	508.970
Ahşap	kg	588.794	167.220	3.970	213.450	247.360	234.250
Diğer	kg	45.980	203.204	14.266	188.238	102.689	267.922





Geri dönüşümlü malzemeler kullanarak hammadde kullanımımızı en aza indirmek önemli hedeflerimiz arasındadır. Bu nedenle paketlemede kullandığımız maddelerin geri dönüşüm sistemleriyle uyumlu olmasına özen gösteririz. Ayrıca konuyla ilgili yaptığımız bu çalışmalarda da diğer yetkin kuruluşlarla işbirliği yaparız.

Ambalajlarımızda geri dönüşümlü malzeme kullanımına olanak sağlayacak teknolojiler odak noktamızdır. Alüminyum kutularımızda kullandığımız metal malzemenin yarısından fazlası geri dönüşümlü malzemeden sağlanmaktadır. 1991'de geri dönüşümlü pet şişeden oluşan ilk ürün ambalajının piyasaya sürümünden bu yana çevresel ve ekonomik alanda geri dönüşüm teknolojilerinin gelişmesi için yatırım yapmaktayız. Bu gelişmelerin ardından geldiğimiz noktada, geri dönüşümlü plastiğin yenilikçi kullanımı konusunda sektör lideriyiz.

Katı atık yönetimi için Türkiye'de tüm üretim tesislerimizde kullanılan malzeme ve atıklarla ilgili

dökümler sayesinde atık sınıflandırması yapılmaktadır. Katı atık oranını en aza indirmek için atıklar, kağıt, cam, metal, plastik, tahta şeklinde sınıflara ayrılarak geri dönüşüm tesislerine gönderilmektedir.

Türkiye'de üretim sürecinde ortaya çıkan katı atıklar için geri dönüşüm oranı %90'a ulaşmıştır.

Cam, kağıt, plastik ve metal atıklar içinde %100 geri dönüşüm sağlanmaktadır. Geri dönüşüm ortalamasının %82 olduğu Coca-Cola Sistemi içinde Türkiye en başarılı ülkeler arasındadır. Buna paralel olarak, Türkiye'deki üretim miktarı sürekli artmasına rağmen, son 5 yılda katı atık oluşumu %12 oranında azalmıştır.

Bu çalışmalarımızla ilgili güncel bir örnek de pet şişe kolilerinde kullanılan karton tabanların kaldırılması ve bu şekilde 13 bin ton karton atığın oluşumunun engellenmesidir.

Çevko

CCİ Türkiye, ÇEVKO Vakfı'nın kurucu üyeleri arasındadır. 1991'den bu yana faaliyet gösteren ÇEVKO, ambalaj atıklarının (cam, metal, plastik ve kağıt/karton türü) , yerel yönetimler, sanayi ve tüketicilerin işbirliği ile sürdürülebilir bir sistem içinde toplanarak geri kazanılması ve dönüştürülmesi için çalışmaktadır. Uzun süre gönüllü olarak çalışmalarını yürüten ÇEVKO, 2005 yılında Çevre ve Orman Bakanlığı tarafından Ambalaj ve Ambalaj Atıkları

Kontrolü Yönetmeliği kapsamında **Yetkilendirilmiş Kuruluş** ilan edilmiştir. CCİ Türkiye, piyasaya sürülen ambalajların toplanması ve geri dönüşümü konusunda tüm yasal yükümlülüklerini yetkilendirilmiş kuruluş olan ÇEVKO'ya devretmiştir.



Enerji Yönetimi ve İklim Değişikliği



Coca-Cola Sistemi içinde yer alan tüm birimler iklim değişikliğinin uzun vadede bize ve tedarik zincirimize ciddi etkileri olabileceğinin bilincindedir. Bu küresel sorun karşısında biz de doğru enerji

kaynaklarını kullanarak, üretim ve dağıtım kanallarımızda enerji verimliliğimizi artırarak üzerimize düşen sorumlulukları yerine getirmek için çalışıyoruz.

Coca-Cola Company 2007'de **BM Küresel İlkeler Sözleşmesi İklim Önlemleri İş Liderliği Platformu**'nu imzalamıştır. **Küresel İlkeler Liderler Zirvesi**'nde açıklanan bu Platform, hükümetlere ve iş dünyasına iklim değişikliğiyle ilgili eylemleri hızlandırmak için yapılmış bir çağrıdır. Ayrıca WWF ile işbirliği içinde verimli enerji kullanımı ve iklim üzerindeki olumsuz etkileri azaltmak için çalışmalar yürütülmektedir. Bu amaçla Coca-Cola İçecek olarak bizler de gerekli adımları atıyor, sistemler geliştiriyor ve bu konudaki çabamızı sürdürüyoruz.

Coca-Cola Sistemi'nde en çok enerjiyi soğutucularımız, üretim ve taşımacılık faaliyetlerimiz nedeniyle tüketiriz. 2007 yılında uygulamaya başladığımız **Enerji Yönetim Sistemi** ile hedefimiz, bu üç alandaki etkilerimizi en aza indirmektir. 2008 yılı hedefimiz enerji kullanım oranımızı %10 oranında azaltmak olarak belirlenmiştir. Bu amaçla atanan enerji koordinatörünün liderliğinde izlekler yenilenmiş ve süreçler gözden geçirilmiştir. 2008 yılındaki bir diğer

iddialı hedefimiz de İzmir fabrikamızın enerji yönetimi alanında dünyanın en iyi Coca-Cola fabrikası olmasıdır. Amacımıza ulaşmak için tüm kararlılığımızla çalışmaya devam ediyoruz.

Enerji verimliliği çalışmalarımızı üç ana başlıkta yürütüyoruz;

Soğutucu donanımlarımız: Yerinde tüketim kanallarında ürünlerimizi tüketicilerimize soğuk olarak sunuyoruz. Sahip olduğumuz çok sayıda soğutucuyu, hem enerji verimliliğine katkı sağlayacak hem de çevreye etkisi en az olacak alternatiflerden seçiyoruz. Bu amaçla, Coca-Cola Sistemi olarak ozon tabakasını ve iklimi koruyan, hidroflorokarbon (HFC) içermeyen alternatif soğutma teknolojilerine yatırım yapıyoruz.

HFC içermeyen, ticari olarak uygulanabilir soğutma teknolojilerine ulaşmak için TCCC'nin 2000'de başlattığı araştırma ve geliştirme programı **eKOfreshment**'in amacı, sürdürülebilir izolasyon ve soğutma sistemlerinin geliştirilmesine dayanmaktadır. The Coca-Cola Company yeni soğutma donanımlarının %98'inden fazlasında HFC içermeyen izolasyona geçtiğimizi 2006'da Dünya Çevre Günü'nde (5 Haziran) duyurmuştur. Bu kapsamda CCİ



Türkiye'nin 2007 yılında satın aldığı yeni soğutucuların tamamı en az enerji tüketen modellerden seçilmiştir.

Üretim tesislerimiz ve ofislerimiz: Enerji verimliliği hedeflerimiz doğrultusunda üretim süreçlerimizde enerji verimliliğini sağlamak için sürekli çalışıyoruz.

İmalattaki enerji verimliliğini arttırmaya yönelik araştırmalar sonucu, 2002'den bu yana, Coca-Cola Sistemi'ndeki enerji kullanım oranında (bir litre ürün üretmek için sarf edilen enerji miktarı) %16 oranında gelişme kaydedilmiştir. Türkiye'de hayata geçirilen projeler ve tesislerdeki üretim süreçlerinin iyileştirilmesi sayesinde, üretim miktarının artmasına rağmen, enerji tüketimi her yıl azaltılmıştır. Buna paralel olarak, 2006'da Coca-Cola Sistemi'ndeki ortalama enerji kullanım oranı 0,48 MJ/L iken, Türkiye'deki tesislerde bu oran 2007 için 0,26 MJ/L olmuştur.



Üretim Tesislerimizdeki Emisyon Oranları

Yıl	2004	2005	2006	2007
CO ² gram	45.510.000.000	47.936.000.000	47.289.000.000	48.374.000.000
Üretilen litre	1.509.798.000	1.690.287.000	1.815.511.000	1.998.615.000
Emisyon oranı (g/L prod)	30,14	28,36	26,05	24,20

Enerjiyi daha verimli kullanabilmek amacıyla 2007 yılında;

- Pet şişirme hava basıncımız dünyaya örnek bir çalışmayla 38 bardan 19 bara indirilmiştir.
- Doldurma ısısı 15 santigrat dereceden 20 santigrat dereceye çıkmıştır.
- Paketleme tünellerindeki fırınların ısıları 180 dereceden 150-160 derecelere inmiştir.
- RB (Geri dönüştürülebilir şişe) yıkama makinesi, PEM yıkama makinesi, buhar hatları, karıştırıcı ve doldurma arasında şurup hatları, CIP depolarının izolasyonları yapılmıştır.
- Doldurma odalarına ısı göstergeleri yerleştirilerek ısı kontrolleri sıklaştırılmıştır.
- Düşük basınçlı hava kullanımının en aza indirmek için sızıntı tetkikleri yapılmış ve frekans kontrollü hava kompresörü alınmıştır.
- Enerji tüketimini azaltmak için soğutma sistemimiz yenilenmiştir.
- Kontrol tabloları operatörler tarafından izlenerek kayıt edilmektedir.
- Ambar ve üretim alanı çatıları yenilenerek doğal aydınlatmaya geçilmektedir; böylelikle aydınlatmada enerji tasarrufu sağlanmaktadır.
- Hatlardaki ısı kaybının azaltılması için çalışmalar yürütülmektedir.
- Üretim hatlarında ve ofislerde güneş enerjisiyle çalışan optik aydınlatma sistemi kurulmaktadır.
- Cam şişe yıkama makinesinin dış yüzeyinin izolasyonu sayesinde ısı kaybı önlenmektedir.
- İş yerlerimizde çalışanlarımızı su tüketimine karşı bilinçlendirmek için gerekli görülen yerlere hatırlatıcı yazılar astık.
- İş yerlerimizin tuvaletlerinde fotoselli aydınlatmadan ve fotoselli musluklardan yararlanılmaktadır.
- İşyerlerimizde enerji tüketimini azaltmak için 18:30'da ışıklar söndürülmektedir.
- İşyerlerimizde fotokopi makinelerimizin yanlarına kağıt tasarrufu ile ilgili bilinçlendirme yazıları asılmış, böylelikle tüketimin azaltılması hedeflenmiştir.

*Yaratıcı Çözümler ile Daha Az Enerji***Sıvılaştırılmış Karbondioksitten Isı Sağlanması**

Sıvı karbondioksit meşrubat üretimi sırasında ısıtılarak gaz haline getirilir. Soğuk sıvı haldeki karbondioksitin ısıtılması için ısıtıcı evaporatör ekipmanları kullanılır.

Diğer taraftan üretimde kullanılan su da soğutulmalıdır.

Bunun için **chiller** denilen soğutucular kullanılır. Yeni sistemde evaporatör ve chiller isimli bu iki ekipman iptal edilmiştir. Yapılan iç içe geçmiş boru sistemi ile su soğutulmuş, karbondioksit ısıtılmıştır. Tüm bu çalışmalar, suyun ortalama 5 C°, en fazla 8 C° soğumasını sağlamaktadır.

Karbondioksit soğuması nın ek bir soğutma olmadan 2 adet pet dolum hattı için yeterli olduğu gözlemlenmiştir. Bu uygulama ile karbondioksiti ısıtmak ve suyu soğutmak için gereken enerji tüketimi ortadan kaldırılmıştır.



Filomuz ve taşımacılık: Amacımız ürünlerimizin her an her yerde ulaşılabilir olmasını sağlamaktır. Ürünlerimizi taşımamızın çevresel etkileri yakıt tüketiminden kaynaklanan egzoz emisyonu ve bakım faaliyetleri nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Taşımacılık faaliyetimizin çevresel etkilerini azaltmak için devamlı gelişen bir strateji uygulanmaktadır. Bu amaçla 2007 yılında forkliftlerimize LPG tüketimini %10 azaltacak donanımlar yerleştirilmiştir. Transfer frekansı göz önüne alınarak depoların planlaması yeniden incelenmiştir.



2007 yılında filomuzda tüketilen yakıt miktarı

	L ürün	Fuel L
Ankara	520.174.000	3.598.573
Çorlu	486.371.000	1.671.291
Mahmudiye	64.618.000	350.441
Mersin	378.359.000	3.134.709
İzmir	268.232.064	1.650.002
Bursa	385.334.000	3.013.413

Filo Emisyonlarımız	Ünite	Ankara	Çorlu	Mahmudiye	Mersin	İzmir	Bursa
CO ₂	g/L	18,68	9,28	14,64	22,37	16,61	21,11
NO _x	mg/L	304,39	151,20	238,62	364,54	270,66	344,09
PM	mg/L	11,76	5,84	9,22	14,08	10,46	13,29
HC	mg/L	12,45	6,19	9,76	14,91	11,07	14,08
CO	mg/L	41,51	20,62	32,54	49,71	36,91	46,92
Dizel tüketim oranı	L/L	6,92	3,44	5,42	8,29	6,15	7,82

Türkiye'deki Üretim Tesislerinin Aldığı Sertifika ve Ödüller

- Kalite Yönetim Sistemi Sertifikasyonu: ISO 9001:2000
- Çevre Yönetim Sistemi Sertifikasyonu: TS EN ISO 14001
- ISO 22000 Yönetim Sistemi Sertifikasyonu: TS EN ISO 13001
- ISG Yönetim Sistemi Sertifikasyonu: TS EN ISO 18001
- WWF Su Tasarrufu Yarışması Ödülü
- TCCMS (Coca-Cola şirketi kalite, çevre, iş sağlığı güvenliği, ortak yönetim sistemleri) Sertifikasyonu



“ CCI olarak toplumsal gelişime katkıda bulunmak ve değer katmak için taahhütte bulunuruz, çünkü sadece hizmet ettiğimiz toplumların yaşam kalitesinin yükselmesiyle hedeflediğimiz üstün başarıya ulaşabileceğimizi biliyoruz. ”



Toplum

Toplumsal Yatırım Politikamız
Toplumsal Yatırımlarımız



Toplumsal Yatırım Politikamız

Bulunduğumuz coğrafyalara en büyük katkımız yarattığımız doğrudan ve dolaylı iş olanaklarıdır. Coca-Cola Sistemi'nin yarattığı her bir iş, etki alanımız göz önüne alındığında 8-10 kişiye iş olanağı daha yaratmaktadır. Çarpan etkisi adını verdiğimiz bu sistemle bizimle iş yapan diğer şirketler hem yeni iş fırsatları yaratır, hem de Coca-Cola iş kalitesi standardında iş yaparak sektörlerinde kaliteyi yükseltir.

Coca-Cola İçecek olarak yerel çalışanları istihdam eder, devlete vergimizi öder, yerel tedarikçilerle çalışır, yerel sosyal sorumluluk projelerine kaynak aktarırız. Alkolsüz içecek sektöründe Türkiye'nin en önemli kuruluşu olan şirketimiz, ülkemiz ekonomisine önemli katkıları bulunan ve GSMH'nin arttırılmasında önemli etkisi olan bir kuruluştur.

CCİ Türkiye olarak toplumsal gelişime katkıda bulunmak ve değer katmak için taahhütte bulunuruz, çünkü sadece hizmet ettiğimiz toplumların yaşam kalitesinin yükselmesiyle hedeflediğimiz üstün başarıya ulaşabileceğimizi biliyoruz. İşimizi etik ve sorumlu yürütmenin bir yükümlülük olduğunun bilincindeyiz. Ürünlerimiz tüketicilerimizin hayatının hem güvenilir, hem de eğlenceli bir parçasıdır. Hayatın her anında tüketicilerimizin yanında yer alan bir markayı temsil ederiz. Amacımız, serinletici, susuzluğu gideren ve enerji veren ürünlerimizle tüketicilerimizin hayatına iyilik katarken, aynı zamanda gezegenimizin ve içinde

yaşadığımız ve çalıştığımız toplumların sürdürülebilirliğine de katkıda bulunmaktır. Toplumsal katkı faaliyetlerimiz kapsamında çeşitli kutlama etkinliklerine bağışlarıyla destek vererek tüketicilerimize her zaman yanlarında olduğumuz mesajını ulaştırmak için çalışırız. Doğal afetlerde ürünlerimizle toplumun içecek ihtiyacını karşılamaya katkıda bulunuruz. CCİ Türkiye'nin kuruluşundan bu yana tüm yönetim kurullarımız ve yöneticilerimiz hizmet ettiğimiz toplumlarda yaşam kalitesini iyileştirme konusunda tam bir kararlılığa sahip olmuş ve bu doğrultuda hareket etmiştir.



Toplumsal Yatırımlarımız

The Coca-Cola Company'nin politikası ve iş yaptığımız coğrafyaların beklentileri doğrultusunda sosyal yatırımlarımızda öncelikli alanlarımız çevre, sağlık, kültür-sanat ve gençlerin gelişimi olarak belirlenmiştir.

Sağlık

Anadolu Vakfı

25 yıl önce sağlık ve eğitim alanında topluma katkı sağlamak amacıyla kurulan ve bugüne kadar hastane, sağlık ocağı, okul, öğrenci yurdu, spor tesisi olmak üzere 40'ı aşkın uygulamayı hayata geçiren Anadolu Vakfı'na 2007 yılında 5 milyon YTL bağış yapılmıştır. Anadolu Vakfı aynı zamanda John Hopkins Medicine ile stratejik işbirliği içinde bulunan Anadolu Sağlık Merkezinin de sahibidir. Bu merkez halkı bilinçlendirmek amacıyla ücretsiz sağlık taramaları, hasta eğitim programları, ilk yardım kursları ve koruyucu hekimlik ile ilgili seminer ve programlar düzenlemektedir.

Coca-Cola İçecek Türkiye

Arama Kurtarma Takımı

Coca-Cola İçecek Türkiye Arama Kurtarma Takımı 1999 yılında kurulmuştur. Bu takımın kuruluş amacı doğal afetler sırasında öncelikle şirket çalışanlarına olmak üzere, tüm topluma yardımcı olmaktır.

Ekip üyelerinin tamamını çeşitli ilgi ve uzmanlık alanlarına sahip gönüllüler oluşturmaktadır. Kurulduğu günden beri kendisini sürekli yenileyen ve geliştiren, özel şirketler arasında ayakta kalmayı başaran birkaç takımdan biri olan ekibimiz kazandığı deneyimleri; verdiği eğitim ve seminerlerle şirket içinde personelimizle, şirket dışında diğer kurumlarla paylaşır.

Gençlik Projeleri

Hayata Artı Gençlik Programı

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Coca-Cola Türkiye tarafından 2005 yılında başlatılan *Hayata Artı Gençlik Programı*, gençler tarafından

tasarlanan, toplumsal fayda hedefleri olan, yenilikçi, yaratıcı, katılımcı ve sürdürülebilir projeleri desteklemektedir. Amacımız gençlerin, çevresel ve toplumsal sorunlara duyarlı, çözümler üreten projeler geliştirmelerine, bir başka deyişle Hayata Artı katacak gençlik girişimlerinin önünün açılmasına katkıda bulunmaktır.



İki aşamalı başvuru sürecinden oluşan Hayata Artı Gençlik Programı'nda projelendirilebilir fikri olan gençlere danışmanlık sağlanarak, proje fikirleri ilk aşamada başarılı bulunan ekiplere ana başvurularını yapmadan önce uzmanlar tarafından proje tasarımı, yönetimi ve iletişimi konularında eğitimler verilmektedir ve ekiplerle atölye çalışmaları yapılmaktadır. Eğitimler sonrası ana başvurular arasından seçici kurul tarafından seçilen projelere Hayata Artı programı kapsamında fon desteği ve danışmanlık sağlanmaktadır. Projelerin uygulama aşamasında tanıtım etkinlikleri düzenlenerek düzenli uzman ziyaretleriyle projeleri gözden geçirme ve iyileştirme amaçlı öneriler geliştirilmektedir.

Hayata Artı bugüne kadar, Trabzon, Kocaeli, Van, Mardin, Siirt, İstanbul, Mersin, Bursa, Adana, Konya, Kahramanmaraş, Batman, İzmir, Mersin, Bitlis, Hakkari, Şırnak, Çankırı, Ankara, Amasya, Erzurum, Manisa, Balıkesir ve Antalya illerinde toplam 31 proje desteklemiştir.

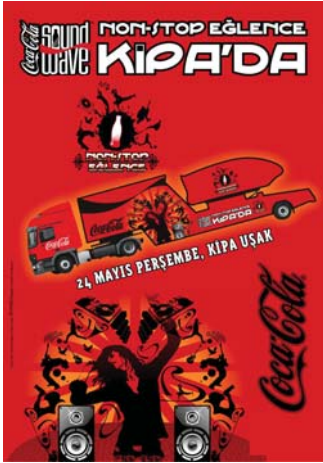
2008 yılında Hayata Artı'nın teması **çevre** olarak belirlenmiştir. www.hayataarti.org

Soundwave Üniversite Turu

CCİ Türkiye, Soundwave Üniversite Turu ile Türkiye'nin çeşitli üniversitelerinde ücretsiz konserler düzenleyerek gençleri bir araya getirmektedir. Beş yıldır süren *Soundwave Üniversite Turu* kapsamında

üniversitelerin bahar şenliklerinde çeşitli oyunlar, yarışmalar ve ücretsiz konserler, kampüslerde farklı heyecanlar yaşatmaktadır. Artık gelenekselleşen Soundwave Üniversite Turu, Anadolu'daki üniversite gençlerini, sevdikleri grupların canlı performanslarıyla buluşturmaktadır. 2007 yılında 200.000 kişinin katıldığı Soundwave Üniversite Turu, üniversiteli gençlerin yanı sıra her yaştan insanın ilgisini çekmektedir.

www.soundwave.com.tr



Fanta Gençlik Festivali

Geçtiğimiz yıllarda birçok sanatçıyı 2 milyonu aşkın gençle buluşturan Fanta Gençlik Festivali, Türkiye'nin en yaygın müzik etkinliği olma özelliğini taşımaktadır.



Çevre Koruma Projeleri

İzmir Coca-Cola Hatıra Ormanı

14 Ocak 2007 tarihinde İzmir Fabrikası çalışanları aileleriyle birlikte Coca-Cola İçecek A.Ş. Hatıra

Ormanı'nın dikimini gerçekleştirmiştir. Projenin başlangıç noktası 2006 yılının ikinci yarısında İzmir Fabrikasında hayata geçirdiğimiz **Personel Öneri Sistemi**'dir. Bir grup çalışmamız bu öneriyi sisteme girmiş ve fabrika yönetiminin de onayını aldıktan sonra tüm sürecin sorumluluğunu üstlenip projeyi başarıyla tamamlamıştır. Bornova-Karşıyaka arasında yeni açılacak olan otoban üzerindeki ağaçlandırma bölgesinde 30.000 metrekare alanın ağaçlandırılması bu çalışma kapsamında gerçekleştirilmiş ve söz konusu bölgeye 750 adet fıstık çamı dikilmiştir.

Çevre konusundaki toplumsal yatırımlarımızla ilgili detaylı bilgiyi raporumuzun çevre bölümünde bulabilirsiniz.

CCİ Türkiye'de Gönüllülük

CCİ Türkiye yönetimi ve çalışanları, sosyal sorumluluk fonunu güçlendirecek kaynakları artırmak için çalışmalarını sürdürürken, yardım yapılacak noktaların tespiti için de taramalarına devam etmektedir. Gönüllülük ve toplumsal katkı konusunda çalışanlarımızın mevcut çabalarını **Çalışan Bağışları Katkı Programı Fonu** ile destekleriz. 2008 yılından itibaren çalışanlarımızın toplumsal katkı amaçlı bağışlarını teşvik etmek amacıyla çalışanlarımızın seçtikleri kuruluşlara yaptıkları bağışlara, bağış tutarı kadar katkıda bulunuyoruz.

Herkese Kapımız Açık: Fabrika Ziyaretleri

Yüksek kalite standartları ile yapılan üretim aşamalarını, teknolojimizi ve kalite güvence anlayışımızı tüketicilerimiz, çalışanlarımız, bayilerimiz, uzmanlar, üniversite öğrencileri ve diğer işkollarında faaliyet gösteren sanayiciler ile paylaşmaktan gurur duyuyoruz. Bu amaçla düzenlediğimiz fabrika ziyaretlerimizden birine siz de katılabilirsiniz.

Program kapsamında önce Coca-Cola markasının tarihçesi ve günümüzde Türkiye'de Coca-Cola'nın yeri hakkında bilgi verilirken ardından ziyaretçilerimiz fabrikamızda tura çıkarılmaktadır.

Ziyaretçilerimiz tur esnasında üretim, paketlenme ve kalite kontrol bölümlerimizi yakından gözlemleme fırsatı bulmaktadır. Fabrika ziyaretlerimize katılmak isteyen kişiler www.cci.com.tr adresinden taleplerini bize iletebilir.

GRI Tablosu

Gri Göstergeleri	Bulunduğu Bölüm	Sayfa Numarası	Açıklama	Raporlama Derecesi
Profil Göstergeleri				
Strateji ve analiz				
1.1	CEO Mesajı	1-2		Tam
Organizasyon profili				
2.1	Rapor Hakkında	4		Tam
2.2	Ürünlerimiz	42	http://cci.com.tr/tr/content/detail.asp?cid=65&navld=1&navld2=64&navld3=65	Tam
2.3	Kurumsal websitesi		http://cci.com.tr/tr/content/detail.asp?cid=4&navld=1&navld2=4	Tam
2.4	Raporun Künyesi	72		Tam
2.5	Coca-Cola Sistemi ve Paydaşlarımız	8	http://cci.com.tr/tr/content/detail.asp?cid=8&navld=1&navld2=8	Tam
2.6	Kurumsal websitesi		http://cci.com.tr/tr/content/detail.asp?cid=3&navld=1&navld2=3	Tam
2.7	Kurumsal websitesi		http://cci.com.tr/tr/content/detail.asp?cid=8&navld=1&navld2=8	Tam
2.8	Çalışanlarımız, Kurumsal websitesi	13	http://cci.com.tr/tr/content/subpage.asp?cid=13&navld=13	Tam
2.9	GRI Göstergeleri Tablosu	66	Raporlama döneminde şirket yapısında belirgin bir değişiklik olmamıştır.	Tam
2.10	Çalışanlarımız, Yönetim Anlayışımız	32,15		Tam
Raporlama Parametreleri				
Raporun Profili				
3.1	Rapor Hakkında	4		Tam
3.2	GRI Göstergeleri Tablosu	66	CCİ Türkiye 2007 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu Şirketin yayımlanan ilk KSS raporudur.	Tam
3.3	Rapor Hakkında	4	Şirket KSS raporlarını yıllık olarak yayınlayacaktır.	Tam
3.4	Rapor Hakkında	4		
Raporun Kapsamı ve Bağlayıcılığı				
3.5	Rapor Hakkında	4		Tam

GRI Göstergeleri	Bulunduğu Bölüm	Sayfa Numarası	Açıklama	Raporlama Derecesi
3.6	Raporun Bağlayıcılığı ve Kapsamı	4		Tam
3.7	Raporun Bağlayıcılığı ve Kapsamı	4		Tam
3.8	GRI Göstergeleri Tablosu	67	Raporlama döneminde bağlı ortaklıkların performansları rapor bağlayıcılığının dışında tutulmuştur.	Tam
3.10	GRI Göstergeleri Tablosu	67	CCİ Türkiye 2007 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu Şirketin yayımlanan ilk KSS raporudur.	Tam
3.11	GRI Göstergeleri Tablosu	67	CCİ Türkiye 2007 Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu Şirketin yayımlanan ilk KSS raporudur.	Tam
GRI Göstergeleri				
3.12	GRI Göstergeleri Tablosu	66-69		Tam
Yönetişim, Taahhütler, Paydaş Katılımı				
Yönetişim				
4.1	2007 Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu	54,55 57,61	http://cci.com.tr/tr/invertorrelations/reports.asp?cid=8&navld=13&navld2=82&navld3=90	Tam
4.2	2007 Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu	57,58	http://cci.com.tr/tr/invertorrelations/reports.asp?cid=8&navld=13&navld2=82&navld3=90	Tam
4.3	2007 Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu	57,58	http://cci.com.tr/tr/invertorrelations/reports.asp?cid=8&navld=13&navld2=82&navld3=90	Tam
4.4	2007 Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu, CCİ Türkiye'de Paydaş Katılımı	9 (CSR) 50-51,55	http://cci.com.tr/tr/invertorrelations/reports.asp?cid=8&navld=13&navld2=82&navld3=90	Tam
Paydaş Katılımı				
4.14	CCİ Türkiye'de Paydaş Katılımı	9		Tam
4.15	KSS Stratejimiz, Coca-Cola Sistemi ve Paydaşlarımız, CCİ Türkiye'de Paydaş Katılımı	7-9		Tam

Performans Göstergeleri

Ekonomik Performans Göstergeleri				
EC1	31 Aralık 2007 Tarihli Konsolide Mali Tablolar ve Bağımsız Denetim Raporu	17-43	http://cci.com.tr/uploads/documents_d/TR2007Faaliyet.pdf	Kısmi
EC3	31 Aralık 2007 Tarihli Konsolide Mali Tablolar ve Bağımsız Denetim Raporu	27	http://cci.com.tr/uploads/documents_d/TR2007Faaliyet.pdf	Kısmi
EC4	31 Aralık 2007 Tarihli Konsolide Mali Tablolar ve Bağımsız Denetim Raporu	33	Devletin şirkette hissesi bulunmamaktadır. http://cci.com.tr/uploads/documents_d/TR2007Faaliyet.pdf	Kısmi

Gri Göstergeleri	Bulunduğu Bölüm	Sayfa Numarası	Açıklama	Raporlama Derecesi
EC6	Tedarik Zincirimiz	27	Yerel tedarikten kastedilen yurtiçinden yapılan alımlardır.Bu alımlarda herhangi bir yurtdışı ödemesi bulunmamaktadır. Rakamlar konstantre alımları hariç tutularak hazırlanmıştır.	Tam
EC8	Küresel Su Yönetimi, Toplum	48-54 62-65		Tam
Çevre Performans Göstergeleri				
EN8	Küresel Su Yönetimi	49		Tam
EN11	Çevre	47		Tam
EN16	Enerji Yönetimi ve İklim Değişikliği	58-60		Tam
EN20	Enerji Yönetimi ve İklim Değişikliği	60	Lojistik faaliyetlerinden kaynaklanan emisyon değerleri açıklanmıştır.	Kısmi
EN21	Küresel Su Yönetimi	51		Tam
EN22	Sürdürülebilir Ambalajlama ve Paketleme	51,55		Tam
EN23	Çevre	47		Tam
EN26	Küresel Su Yönetimi, Sürdürülebilir Ambalajlama ve Paketleme, Enerji Yönetimi ve İklim Değişikliği	47-60		Tam
EN28	Çevre	47		Tam
İstihdam/Çalışma Hayatı Performans Göstergeleri				
LA1	Çalışanlarımız	13		Tam
LA2	Çalışan Performans Yönetimi	16		Tam
LA4	Çalışan Temsili ve Endüstri İlişkileri	21-23	Sendikaya üye çalışanların tamamı toplu iş sözleşmesi kapsamındadır.	Tam
LA5	Çalışan Performans Yönetimi	16		Tam
LA7	İşyeri Sağlığı ve Güvenliği	26	Müteahhit verileri 2007 yılı raporlama kapsamında değildir.	Tam
LA8	İşyeri Sağlığı ve Güvenliği	26		Tam
LA10	Organizasyonel Gelişim	21		Tam

GRI Göstergeleri	Bulunduğu Bölüm	Sayfa Numarası	Açıklama	Raporlama Derecesi
LA13	Çalışanlarımız	13		Kısmi
LA14	Ücretlendirme Politikası	17	Ücretlendirmede cinsiyete dayalı ayırım yapılmadığından bu oran 1'dir.	Tam
İnsan Hakları Performans Göstergeleri				
HR2	Tedarik Zincirimiz	27-29		Kısmi
HR4	Çalışan Temsili ve Endüstri İlişkileri	21-23		Tam
HR5	Çalışan Temsili ve Endüstri İlişkileri	21-23		Tam
HR6	Tedarik Zincirimiz, Çalışan Hakları Politikası, CCI Türkiye'de İş Etiği Kodu	27-29, 14,31		Tam
HR7	Tedarik Zincirimiz, Çalışan Hakları Politikası, CCI Türkiye'de İş Etiği Kodu	27-29, 14,31		Tam
Toplum Performans Göstergeleri				
SO2	CCI Türkiye'de Risk Yönetimi	32		Kısmi
SO3	Organizasyonel Gelişim	19-21		Kısmi
SO4	CCI Türkiye'de Risk Yönetimi	32		Tam
SO5	CCI Türkiye'de İş Etiği Kodu	31		Tam
Ürün Sorumluluğu Performans Göstergeleri				
PR1	CCI'de Kalite Yönetim Sistemi, Tüketicilerimiz, Ürünlerimiz	36-39, 40-42	Tüm ürünler gerekli kalite ve güvenlik standardını karşılamaktadır.	Tam
PR3	Tüketicilerimiz, Ürünlerimiz, CCI'de Kalite Yönetim Sistemi	36-39, 40-42		Tam
PR6	Tüketicilerimiz	40-41		Kısmi
PR9	GRI Göstergeleri Tablosu	69	Ürünlerimizle ilgili kanunlara uygunsuzluk nedeniyle alınmış bir ceza yoktur.	Tam

Terimler Sözlüğü

AA1000 Standartları: 1999 yılında bir İngiliz düşünce kuruluşu olan AccountAbility tarafından geliştirilmiş, tüm sektör ve büyüklükteki şirketlerin uygulayabileceği, etik hesap verebilirlik ve şeffaflığı bir standart çerçevesinde geliştirmeyi hedefleyen bir seri standarttır. (<http://www.accountability21.net>)

AA Denetim Standardı (AA1000AS): Kurumların sürdürülebilirlik açıklamalarını öncelik, bütünlük ve yanıt verebilirlik ilkelerine göre denetleyen dünyadaki tek standarttır. (<http://www.accountability21.net/publications>)

Anadolu Efes: Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş., Türkiye, Rusya, Bağımsız Devletler Topluluğu ve Güneydoğu Avrupa ülkelerinin oluşturduğu bir coğrafyada bira, malt ve alkolsüz içecek üretimi ve pazarlamasını yapan bir şirketler sistemi olan Efes İçecek Grubu'nun ana şirketidir.

CCİ: Cola-Cola İçecek A.Ş.

Coca-Cola İçecek Türkiye (CCİ Türkiye): Coca-Cola İçecek A.Ş.'nin Türkiye operasyonunu kapsayan bölümüdür.

CokePort: Coca-Cola İçecek A.Ş.'nin kurumsal portalı.

Coca-Cola Sistemi: TCCC'nin ve tüm dünyada 300'den fazla şişeleyci ortağın oluşturduğu sistemin özel adıdır.

Coca-Cola Türkiye Sistemi: TCCC ve CCİ Türkiye operasyonunu içine alan sistemdir.

GDCŞ: Geri dönüşümlü cam şişe

Gazlı İçecek: Değişik tatlarda üretilen ve tatlandırıcılar içeren alkolsüz içecekler. Bu kategoriye su, tatlandırılmış sular, meyve suları ve meyveli içecekler, sporcu içecekleri, çaylar ve kahveler dahil değildir.

Gazsız İçecek: Su, tatlandırılmış sular, meyve suları, ve meyveli içecekler, sporcu içecekleri, çaylar, kahveler gibi tüm alkolsüz ve gazsız içecekler.

Global Reporting Initiative (GRI): 1997 yılında kurulmuş, 1999 yılında UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) ile ortak olmuş, dünyanın en çok kullanılan sürdürülebilirlik raporlaması çerçevesidir. Tüm dünyada birçok çok uluslu şirket, KOBİ, devlet kurumu, belediye,

Sivil Toplum Kuruluşu (STK) ve üniversite sosyal, çevresel ve ekonomik performanslarını GRI ilkeleri doğrultusunda raporlamaktadır. Açık bir kaynak olan GRI raporlama ilkelerinin içeriği üniversitelerin, şirketlerin, STK'ların ve tüm ilgililerin katılabildiği online bir platformda hazırlanmıştır ve sürekli olarak değişen koşullara göre yenilenmektedir. (<http://www.globalreporting.org>)

G3 Çerçevesi: GRI'in 2006 yılında yayınladığı en son raporlama çerçevesidir.

Hacim: Şirketin müşterilerine doğrudan ya da dolaylı olarak sattığı fiziksel kasa adedi.

Kişi Başı Tüketim: Belli bir pazarda bir kişinin bir yılda tükettiği ortalama 8 ons'luk (yaklaşık 240 ml.) ürün miktarı.

Konsantre: The Coca-Cola Company'nin ürettiği ya da kendi adına ürettirdiği ve şişeleycilerine alkolsüz içecekleri içine su ve/veya tatlandırıcı katarak üretebilmeleri için sattığı ürün.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kurum ve kuruluşların toplumun sosyal, çevresel ve ekonomik kaygılarını gözeterek bu konularla ilgili çözüm yöntemlerini gönüllü olarak faaliyetlerinin ve paydaşlarıyla ilişkilerinin bir parçası haline getirmesi, tüm paydaşlarına ve topluma karşı etik ve sorumlu davranması, bu yönde kararlar alması, uygulamasıdır.

Müşteri: Mağaza, perakende satış noktası, restoran, zincir mağaza ya da müşterilerine ürünlerimizi sunan her türlü işletme

Paydaş: Kurum ve kuruluşların faaliyetlerini etkileyen ya da faaliyetlerinden doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenen kişi ya da gruplardır.

Paydaş Katılımı: Paydaş beklenti ve önerilerinin şirketin yönetim yapısında ve işleyişinde temsil edilmesini sağlayan mekanizmalardır.

PET: Polyethylene Terephthalate. CCİ'nin ürettiği pet şişe ambalajların hammaddesi.

Soğuk İçecek Donanımı: Satış noktalarında kullanılan soğutucular, meşrubat otomatları ve post mix donanımlarıdır.

Sürdürülebilir Kalkınma: Ekonomik büyüme ve refah seviyesini yükseltme çabalarını, çevreyi ve yeryüzündeki tüm insanların yaşam kalitesini koruyarak gerçekleştirme yöntemidir. (Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu- 1987)

Sürdürülebilirlik: Gelecek kuşakların gereksinimlerine cevap verme yeteneğini tehlikeye atmadan, günlük ihtiyaçlarını temin ederek, kalkınmayı sürdürülebilir kılma yeteneğidir (Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu - 1987)

Şişleyici: Coca-Cola İçecek gibi The Coca-Cola Company'den konsantre, içecek bazı ya da şurup alarak bunları tüketime hazır alkolsüz içecekler haline getiren, pazarlayan ve müşterilere dağıtım yapan şirket.

TCCC (The Coca-Cola Company): 1886 yılında kurulan, merkezi ABD Atlanta'da bulunan, 450'den fazla içecek çeşidinin üretiminde kullanılan konsantre ve şurupları üreten, pazarlayan ve dağıtan şirkettir. 200'den fazla ülkede faaliyet gösterir.

TCCC Büyüme Manifestosu: 2004 yılında Coca-Cola Sistemi uzun vadeli iş stratejisini yenileme kararı aldı. 2005 yılının başında Coca-Cola sisteminde farklı coğrafyalarda görev yapan 150 yönetici bir araya geldi ve iş dünyasının önündeki en önemli risk ve fırsatları değerlendirdi. Tartışmaların sonunda bugün Coca-Cola Sistemi'nin sürdürülebilirlik stratejisi olan **TCCC Büyüme Manifestosu** yayınlandı. Büyüme Manifestosu şirket tarihindeki diğer stratejilerden farklı olarak iş yapış biçimimizin tüm yönlerini - insanlarımız, portföyümüz, kârlılığımız, ortaklarımız ve gezegenimiz- kapsayacak şekilde hazırlandı.

TCCOSH: Coca-Cola İş Güvenliği ve Sağlığı Sistemi (The Coca-Cola Occupational Safety and Health System)

Ünite kasa: 5.678 litreye eşit ölçü birimi.

Ünite Kasa Hacim: Şirketin müşterilerine sattığı ünite kasa adedi. Bir piyasada alkolsüz içecek satışlarının başarısını gösteren en iyi ölçüdür.

Coca-Cola İçecek A.Ş

Merkez Ofis İstanbul

Esenehir Mah. Erzincan Cad. No: 36 34776 Dudullu, İstanbul

Tel: (0216) 528 40 00 Fax: (0216) 365 84 67/68

Danışman Kuruluş:



www.sucsr.com

		C	C+	B	B+	A	A+
zorunlu	Kurum Beyanı		Rapor dış denetim almıştır		Rapor dış denetim almıştır		Rapor dış denetim almıştır
opsiyonel	3. parti onaylı						
	GRI onaylı						

Coca-Cola İçecek