

**Wij komen
in actie voor
duurzaamheid
door ons bedrijf
en onze merken in
te zetten voor een
betere toekomst.**

**Voor de mensen.
Voor de planeet.**



ACTIE TEN AANZIEN VAN DRANKEN

**Meer keuze.
Meer informatie.
Minder suiker.**

ACTIE TEN AANZIEN VAN VERPAKKINGEN

**Duurzamere verpakkingen.
Hergebruik van grondstoffen.**

ACTIE TEN AANZIEN VAN DE MAATSCHAPPIJ

**Positieve impact.
Voor iedereen.**

ACTIE TEN AANZIEN VAN WATER

**Beschermen.
Verminderen.
Aanvullen.**

ACTIE TEN AANZIEN VAN HET KLIMAAT

**Halveren van de uitstoot.
Hernieuwbare elektriciteit.**

ACTIE TEN AANZIEN VAN DE LEVERINGSKETEN

**Duurzaam inkopen.
Verantwoordelijk inkopen.**

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

Voor de mensen. Voor de planeet.



ACTIE TEN AANZIEN VAN DRANKEN

We worden een producent die consumenten een uitgebreid aanbod van dranken biedt met een nog ruimere keuze aan dranken met minder of geen suiker.

We verlagen het suikergehalte van onze frisdranken tussen 2015 en 2020 met 15% (peiljaar 2012), bovenop de verlaging van 10% van de afgelopen jaren.¹

We streven ernaar dat 50% van onze verkoopvolume afkomstig is van calorierarme of calorievrije dranken.²

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

We maken het consumenten gemakkelijker om minder suiker te gebruiken door middel van duidelijke productinformatie en kleinere verpakkingen.³

We zorgen ervoor dat onze reclame niet is gericht op kinderen onder de 13 en dat onze sales- en marketingpraktijken zich ontwikkelen conform de verwachtingen van buitenaf.⁴

ACTIE TEN AANZIEN VAN WATER

We behandelen water met de zorg die het verdient, in heel ons bedrijf en in onze waardeketen.

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

We verminderen de hoeveelheid water die we bij de productie gebruiken met 20% en pakken de gevolgen van het watergebruik binnen onze leveringsketen aan.⁵

We vullen 100% aan van het water dat we gebruiken in gebieden met een watertekort.⁶

ACTIE TEN AANZIEN VAN VERPAKKINGEN

We streven ernaar al onze verpakkingen in te zamelen, zodat geen verpakking als zwerfafval eindigt of in de oceanen terecht komt.

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

We werken samen met lokale en nationale partners om 100% van onze verpakkingen in West-Europa in te zamelen.

We zorgen ervoor dat ten minste 50% van het materiaal dat we voor onze PET-flessen gebruiken afkomstig is van gerecycled plastic.

We gebruiken de kracht van onze merken om iedereen aan te zetten tot recyclen.

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

ACTIE TEN AANZIEN VAN DE MAATSCHAPPIJ

We willen een positieve impact maken op de maatschappij. Als voorvechter van inclusie en economische ontwikkeling, met onze medewerkers en onze gemeenschappen.

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

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

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

ACTIE TEN AANZIEN VAN HET KLIMAAT

We halveren onze directe CO₂-uitstoot en kopen 100% hernieuwbare elektriciteit.

We brengen de uitstoot van broeikasgassen door onze eigen bedrijfsactiviteiten met 50% omlaag.⁷

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

We kopen 100% hernieuwbare elektriciteit tegen 2020.

ACTIE TEN AANZIEN VAN DE LEVERINGSKETEN

We kopen onze belangrijkste ingrediënten en grondstoffen duurzaam in.

We zorgen ervoor dat 100% van onze belangrijkste ingrediënten afkomstig van land- en bosbouw tegen 2020 duurzaam worden ingekocht.

We blijven duurzaamheid, ethiek en mensenrechten verankeren in onze leveringsketen.⁸

Uitgangsjaar is 2010 en streefdatum is 2025, tenzij anders vermeld

¹ Uitsluitend koolzuurhoudende frisdranken en niet-koolzuurhoudende frisdranken. Geen water of sappen. 15% geldt voor de Nederlandse organisatie. Doelstelling voor West-Europa is 10%, bovenop de verlaging van 5% die in de voorgaande vijf jaren is gerealiseerd.

² Totale omzet van CCEP. Exclusief koffie, alcohol, bier of freestyle. Caloriearme dranken ≤ 20 kcal/100 ml.

³ Calorievrije dranken kleiner dan of gelijk aan 4 kcal/100 ml.

⁴ We zullen binnen twaalf maanden specifieke doelen ontwikkelen met betrekking tot kleinere verpakkingen.

⁵ Geldt voor Nederland. Voor West-Europa geldt onder de 12 jaar.

⁶ We zullen dit doen via onze mondiale Supplier Guiding Principles en ons mensenrechtenbeleid.

⁷ Verhouding watergebruik, liters per liter geproduceerd product.

⁸ Absolute CO₂-reductiedoelstelling, ongeacht de groei van het bedrijf.

Tot de belangrijkste bedrijfsactiviteiten behoren productie, koelapparatuur en transport.

⁹ Niet van toepassing voor Nederland.