ODRŽIVOST

SNAGA KOJA POKREĆE ZAJEDNIČKE PROMENE

Izveštaj o održivom poslovanju za 2023. godinu

Coca-Cola HBC Srbija

bambi 1967

SADRŽAJ

03 Najznačajniji rezultati u 2023.

04 Uvodnik – generalni direktor Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora

05 Uvodnik – generalni direktor Bambi

06 **POGLAVLJE 1 – O NAMA**

07 Jedinstvenost našeg portfolija

08 Naša svrha

10 Finansijski pokazatelji

12 Strateški pristup održivosti

14 Pristup materijalnosti i uključivanje zainteresovanih strana

17 Upravljanje

20 **POGLAVLJE 2 – TRŽIŠTE**

21 Osvrt na tržište u 2023. – Coca-Cola HBC Srbija

24 Osvrt na tržište u 2023. - Bambi

25 Kvalitet proizvoda

26 Ishrana i informacije o proizvodima

28 Pobeđujemo na tržištu

31 Odgovorno snabdevanje

33 **POGLAVLJE 3 – NAŠI LJUDI**

34 Negujemo potencijal naših ljudi

36 Ljudska prava, različitost i inkluzija

37 Zaposleni (struktura)

40 Zdravlje i bezbednost

41 Dobrobit zaposlenih i sistem nagrađivanja

42 Zadovoljstvo zaposlenih i saradnja

43 Razvoj zaposlenih

45 **POGLAVLJE 4 – ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE**

46 Naš pristup zaštiti životne sredine

47 Ekološki parametri

49 Klima

59 Ambalaža i upravljanje otpadom

64 Voda

68 Biodiverzitet

69 **POGLAVLJE 5 – ZAJEDNICA**

70 Naše ulaganje u razvoj mladih

72 Snažna podrška razvoju lokalnih zajednica

73 Inicijative usmerene na upravljanje ambalažnim otpadom

74 Donacije i sponzorstva

75 Volontiranje

76 **GRI INDEKS I INDIKATORI**

Dobrodošli u Izveštaj o održivom poslovanju kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi za 2023. godinu.

U Izveštaju, 11. godišnjem za Coca-Cola HBC Srbija, a 4. koji obuhvata i podatke kompanije Bambi, delimo naš napredak u ostvarenju ciljeva održivosti. Izveštaj je pripremljen uz korišćenje vodeće svetske metodologije za izveštavanje u ovoj oblasti - Global Reporting Initiative (GRI).

Nadamo se da ćete uživati čitajući o našim delima kojim kreiramo lepše zajednice, brinući o našim ljudima i planeti.

Coca-Cola HBC Srbija

bambi 1967

NAJZNAČAJNIJI REZULTATI U 2023.

Coca-Cola HBC Srbija

1123 zaposlenih

42,5% žena na menadžerskim pozicijama

73% smanjene direktne emisije CO2 (2017-2023)

100% energije iz obnovljivih izvora

91,5% "zelenih" vozila

99% otpada iz proizvodnje i kancelarija se reciklira

58% manja potrošnja energije po litru proizvedenog pića (2007-2023)

54,4% manja potrošnja vode po litru proizvedenog pića (2007-2023)

100% pakovanja može da se reciklira

bambi 1967

677 zaposlenih

37% žena na menadžerskim pozicijama

46,7% smanjene direktne emisije CO2 (2017-2023)

100% energije iz obnovljivih izvora

65% "zelenih" vozila

99% otpada iz proizvodnje i kancelarija se reciklira

41% manja potrošnja vode po toni proizvoda (2013-2023)

98,6% ambalažnih pakovanja može da se reciklira

86,4% ukupne ambalaže je proizvedeno od recikliranih materijala

Coca-Cola HBC

bambi 1967

416.000 evra
investirano u lokalne zajednice

225.000 litara
Coca-Cola HBC Srbija proizvoda donirano

22 tone
Bambi proizvoda donirano

2.000
volonterskih sati

ODRŽIVOST
NAŠE NAJVAŽNIJE NASLEĐE

Verujem da su ove generacije te koje kreiraju i žive kulturu u kojoj više dajemo nego što uzimamo od prirode.

Dragi partneri,

2023. je godina izuzetnih rezultata za našu kompaniju, postignutih zahvaljujući, pre svega, snažnim partnerstvima, našim ljudima i daljem jačanju jedinstvenog 24/7 portfolija. Most koji spaja dnevne aktivnosti sa našom vizijom uspešnog i rezilijentnog biznisa jeste održivo poslovanje.

Nakon čitanja ovog, 11. Izveštaja o održivom poslovanju, imao sam dve reakcije. Moj prvi osećaj je bio ogroman ponos zbog onoga što su naši posvećeni timovi postigli u manje od deset godina. Već govorimo o ispunjenju nekih od ciljeva iz naše Misije održivosti 2025.

Uz ovaj ponos, takođe ne mogu da se otrgnem osećaju odgovornosti, da nema mesta za pauzu. Ispred nas je i dalje dug put, a ugrađivanje održivosti u svaki deo našeg poslovanja još uvek nije dovoljno. Paralelno sa tim, moramo učiniti još više da pomognemo našim kupcima, partnerima, dobavljačima, da unaprede sopstvene ciljeve održivosti. Verujem da su ove generacije te koje kreiraju i žive kulturu u kojoj više dajemo nego što uzimamo od prirode.

U Srbiji sarađujemo sa 37.000 kupaca i oko 1.700 dobavljača. Bilo da se radi o malim ili velikim kompanijama, našim rastom – pospešujemo i njihov rast. Digitalizacijom procesa kreirali smo novo vreme da posvetimo potrebama kupaca i njihovih biznisa, a danas 14% našeg prodajnog volumena dolazi preko digitalnih kanala. Skoro 82% budžeta za nabavke smo usmerili na domaće dobavljače, pružajući pozitivan impuls lokalnoj ekonomiji i podržavajući kreiranje radnih mesta. Organizujući posebne akademije za prenošenje znanja, Coke Academy i Dan zelene nabavke, ohrabrujemo naše kupce i dobavljače da unaprede biznise, u skladu sa načelima održivog poslovanja.

Kao čovek i kao profesionalac, ponosan sam što se većina ovih inicijativa rodila upravo u našim lokalnim timovima – što dodatno potvrđuje da naši ljudi žive održivost. Da ono što je ranije bila samo lepa želja, ali nedovoljno jasna, sada postaje vrednost koja svakog od nas inspiriše da inoviramo i gradimo svoje održivo nasleđe. Nastavili smo da budemo poslodavac čiji se zaposleni razvijaju i rastu (preko 26.7 hiljada sati obuke za zaposlene u 2023), jačajući diverzitet tima kroz programe poput "Žene u liderstvu" i povećanje broja žena u prodaji. Danas Coca-Cola HBC Srbija može da se pohvali sa 42.5% žena na menadžerskim pozicijama, a u prošloj godini udeo žena u prodaji povećali smo na sadašnjih 10%. Verujem da snaga leži u raznolikosti i odlučno ćemo podržavati sve inicijative koje imaju za cilj da gradimo takve, pobedničke timove.

Uspesi nisu potpuni ako ne izmerimo i naš ekološki otisak i doprinos zajednici. Postigli smo napredak u ključnim ekološkim parametrima.

U odnosu na baznu 2017. godinu, direktne emisije CO_2 smanjili smo za čak 73%. Uz značajne investicije – ugradnju toplotnih pumpi u punionici u Zemunu i solarne kolektore koje smo postavili na punionici Vlasinka, nastavljamo da trasiramo naš put ka nultim emisijama. Za dostizanje ove nule neophodna je dekarbonizacija lanca vrednosti, što vidim kao jedan od prioriteta u deceniji pred nama, koji ćemo rešavati udruženim snagama i partnerstvima. Kroz donacije, CSR projekte i podršku u piću, zajednice smo podržali sa skoro 400 hiljada evra, dok su naši volonteri skoro 2.000 sati učestvovali u aktivnostima za opšte dobro.

Oblasti održivog poslovanja koje ističemo kroz ovaj Izveštaj svedoče o našem progresu, ali i spremnosti da prevaziđemo izazove tako što se menjamo i investiramo. Fokusiramo se na ono što je ispravno, ne na ono što je lako.

Verujem da na ovaj način gradimo kompaniju za budućnost, koja će nastaviti da bude pouzdan partner kupcima, dobavljačim, svojim zaposlenima i zajednici, ali i atraktivno mesto za vrhunske talente gde će moći da prave pozitivan uticaj.

Hvala vam na poverenju i podršci.

Svetoslav Atanasov

Generalni direktor
Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora

RADIMO ODRŽIVO
NAŠA ODGOVORNOST I VREDNOST KOJU ŠIRIMO

Liderstvo se ne ogleda samo u udelu na tržištu od 48 odsto, već i u našem odnosu prema zaposlenima, zajednici, potrošačima i našoj posvećenosti najvišim standardima u svim domenima poslovanja.

Dragi saradnici,

2023. godina je za nas bila veoma uspešna. Kraj godine smo dočekali kao lider u konditorskoj industriji sa čak četiri nova proizvoda u poslednjem kvartalu. Koliko smo ponosni na poziciju lidera, toliko smo svesni odgovornosti koju sa sobom nosi. Liderstvo se ne ogleda samo u udelu na tržištu od 48 odsto, već i u našem odnosu prema zaposlenima, zajednici, potrošačima i našoj posvećenosti najvišim standardima u svim domenima poslovanja.

Proteklu godinu obeležila je velika inflacija, koja je prvenstveno uticala na rast cena hrane i energenata, što je za nas značilo veliki porast cena sirovina. Ipak, na ovaj izazov smo gledali kao pozitivan podstrek da nastavimo sa dodatnim koracima ka jačanju lokalnih dobavljača, kako bismo što više doprineli zajednici.

Srećan smo što su se od našeg prvog zajedničkog izveštaja o održivom poslovanju 2020. godine, dogodile veoma značajne investicije, koje su nam omogućile da beležimo sjajne rezultate u svim segmentima poslovanja. Kao deo naše strateške posvećenosti inovacijama, u toku 2023. počeo je sa radom Centar za istraživanje i razvoj, koji je kreiran upravo radi dodatnog osnaživanja u ovoj oblasti. R&D centar nam je omogućio da neprestano osvežavamo naš portfolio, kroz nove ekstenzije ukusa, unapređenje pakovanja, dizajna, kao i razvijanje opcija sa smanjenim udelom soli, masti i šećera. Dodatno, u toku ove godine planiramo da investiramo blizu 12 miliona u proširenje kapaciteta naše proizvodnje, kroz infrastrukturu, uvođenje novih tehnologija, automatizacije, potpune digitalizaciju procesa, ali i otvaranjem novih proizvodnih linija.

Rast i razvoj nije moguć bez posvećnosti održivosti, koja predstavlja neizostavni deo naše strategije. Još jednom smo pokazali koliko nam je bitna briga o zajednici, doniravši više od 22 tone naših proizvoda. Obradovali smo više od 10.000 mališana donacijom novogodišnjih paketića, kao i 65.000 đaka prvaka specijalno kreiranim Plazma paketićima prvog dana škole. Podržali smo inicijative koje su usmerene na edukaciju dece o važnosti baljenja sportom, negovanje timskog duha i jednakosti, kao i važnosti reciklaže. Naša fabrika u Požarevcu zabeležila je 47 odsto smanjenja direktnih emisija ugljen-dioksida u odnosu na 2017. godinu. Od 2020. godine sva električna energija koju koristimo potiče iz 100% obnovljivih izvora energije, dok se u ovoj godini očekuje postavljanje solarnih panela, kao i unapređenje energetske efikasnosti celokupne opreme. Čak 99.2 odsto otpada koji nastaje u našoj fabrici prolazi kroz održive tretmane, sa ciljem da do 2030. godine budemo fabrika iz koje nijedan gram otpada ne završi na deponiji. Na našem održivom putu aktivno sarađujemo sa dobavljačima i celokupnim lancem snabdevanja, te nas od ove godine očekuje uvođenje sertifikovanih sirovina iz održivih izvora.

Sve ovo ne bi bilo moguće bez naših kolega i koleginica, jer su rast i inovacije mogući samo ukoliko su zaposleni zadovoljni i motivisani. Zato obezbeđujemo benefite poput privatnog zdravstvenog osiguranja godišnjih i jubilarnih nagrada, uz značajna ulaganja u razvoj zaposlenih.

I u 2024. godini smo tu da prepoznamo teme od društvenog značaja, ali i da težimo cillju da postanemo regionalni lider u snack kategoriji, što će nam dodatno pomoći u širenju naših društveno odgovornih inicijativa i van granica Srbije.

Nadam se da smo vas inspirisali da zajedno kreiramo nove održive projekte!

Dragan Stajković

Generalni direktor kompanije Bambi

O NAMA

Coca-Cola HBC Srbija

Coca-Cola HBC Srbija posluje pod ovim imenom **na domaćem tržištu više od četvrtine veka**, dok je prva fabrika za flaširanje Coca-Cola proizvoda u Srbiji počela sa radom 1968. godine. Danas imamo najširi 24/7 portfolio u industriji pića, sa proizvodima koji odgovaraju na različite potrebe naših potrošača. Prethodnih četvrt veka period su velikih investicija i rasta, pa je tako deo našeg sistema od 2019. godine i kompanija Bambi. **Bambi je vodeća konditorska kompanija u regionu Zapadnog Balkana,** sa istorijom dugom preko 55 godina. Izvozi svoje proizvode na tržišta zemalja regiona, Evropske unije, SAD-a, Australije, Kanade i mnoga druga, i godišnje proizvodi više desetina hiljada tona konditorskih proizvoda.

Od kada je Bambi postao deo **Coca-Cola HBC Grupe,** realizovale su se velike investicije u vrednosti od više od 15 miliona evra. Otvorena je nova Plazma proizvodna linija koja je omogućila dupliranje proizvodnje, kao i Centar za istraživanje i razvoj. U najnovijem masterplanu razvoja fabrike do 2030. godine, samo u toku 2024. godine, planirana je investicija od 12 miliona evra u proširenje kapaciteta proizvodnje.

3 **punionice** (Zemun, Vlasina, Neresnica*)

1 **fabrika konditorskih proizvoda** (Požarevac)

24 **proizvodne linije**

14 **distributivnih centara**

1.800 **zaposlenih**

>50 **brendova**

*Kvantitativni podaci u ovom izveštaju ne uključuju punionicu Neresnica, osim kada je to posebno naglašeno.

Odnos sa kompanijom Coca-Cola

Kompanija Coca-Cola je vlasnik brendova i bavi se njihovim razvojem, dok Coca-Cola HBC proizvodi, distribuira i prodaje ove napitke, koristeći koncentrat koji kupuje od kompanije Coca-Cola. Delimo odgovornosti koje se odnose na marketing: Coca-Cola je odgovorna za marketing prema potrošačima, a Coca-Cola HBC za marketing prema kupcima (marketing na mestu prodaje).

Zajedno smo deo **Coca-Cola HBC Grupe,** jedne od najvećih punionica Coca-Cola proizvoda na svetu, koja je strateški partner Coca-Cola kompanije. Koreni Coca-Cola HBC potiču iz Nigerije, gde je i osnovana 1951. godine. Danas Coca-Cola HBC Grupa posluje na **29 tržišta,** prostirući se od Jermenije do Austrije, od Estonije do Nigerije i od Srbije do Švajcarske. Coca-Cola HBC zapošljava **32.700 ljudi** i svojim proizvodima osvežava čak **740 miliona potrošača.**

COCA-COLA HBC NAJODRŽIVIJA KOMPANIJA NA SVETU U INDUSTRIJI PIĆA

Održivo poslovanje je prioritet kojem težimo 365 dana u godini. Naš napredak u ovom polju potvrđuje se i kroz rangiranje na nekim od svetski najznačajnijih ESG rejtinga. U 2023. godini, Coca-Cola HBC je po sedmi put proglašena za najodrživiju na svetu u industriji napitaka, prema Dow Jones indeksu održivosti. Takođe, Coca-Cola HBC našla se na CDP listi lidera u angažovanju dobavljača u oblasti klimatskih promena za 2023. godinu, što predstavlja priznanje naših napora da merimo i smanjimo klimatski rizik u okviru našeg lanca vrednosti.

VLASNIČKA STRUKTURA

Vlasnik kompanije Coca-Cola HBC Srbija d.o.o. sa 100% vlasničkog udela u osnovnom kapitalu Društva, je CC Beverages Holdings II B.V. (adresa: Motion Building, Radarweg 60, 1043 NT Amsterdam, registrovana u Privrednoj komori Amsterdama, reg. br. 33298456). Ova kompanija je u punom vlasništvu Coca-Cola HBC Holdings BV, koja posluje u skladu sa zakonima Holandije, sa sedištem na adresi Radarweg 29, 1043 NX Amsterdam, Holandija, i koja je registrovana u Privrednoj komori Amsterdama, reg. br. 58229906.

Coca-Cola HBC Holdings BV jeste u punom vlasništvu kompanije Coca-Cola HBC AG, sa sedištem na adresi Turmstrasse 26, 6300 Cug, Švajcarska, sa korporativnim registarskim brojem 170.3.037.199-9 na Atinskoj i Londonskoj berzi.

JEDINSTVENOST NAŠEG PORTFOLIJA

Naš portfolio obuhvata neka od svetski najpoznatijih pića, ali je jedinstven upravo po svom obimu, jer obuhvata proizvode za svaku priliku i doba dana, svih sedam dana u sedmici. Otuda i naziv 24/7 portfolio. Kada je u pitanju Bambi portfolio on obuhvata više od 100 proizvoda, od kategorije biskvita sa veoma bogatom ponudom prelivenih i neprelivenih biskvita, kekseva od celog zrna, preko napolitanki i slanih proizvoda.

Naš put do tržišta uključuje širok spektar potrošačkih kanala – od supermarketa, manjih radnji, do hotela, kafića i restorana (HoReCa) – i obuhvata više kupaca od bilo kog konkurenta. Usmerenost na kupca je ključna za naše poslovanje i mi ih posvećeno podržavamo da razviju svoje poslovanje, jer tako obezbeđujemo zajednički rast.

Naš 24/7 portfolio ima značajan potencijal rasta, predvođen našim strateškim kategorijama – gaziranim pićima, energetskim pićima i kafom.

KROZ NOVU SVRHU POVEZALI SMO NAŠU VIZIJU I NAŠ PUT RASTA

U dolasku do nove kompanijske kulture, 2023. postavili smo važno pitanje: zašto postojimo, šta je naša svrha? Razmišljajući o odgovorima, shvatili smo da se prava magija dešava pri otvaranju – flaše Coca-Cole, ili kreiranju novih prilika za svoje ljude, partnere... i tako se rodila nova svrha: otvaramo trenutke koji nas sve osvežavaju.

To znači da:

- **Otvaramo mogućnosti za naše kupce i partnere** – stavljajući ih na prvo mesto, stvarajući zajedničku vrednost;

- **Otvaramo mogućnosti za naše zaposlene da oslobode svoj puni potencijal** – ulažemo u naše ljude, gradimo najbolje timove u industriji i kreiramo inkluzivnu kulturu;

- **Otvaramo iskustva koja osvežavaju** – kroz naš 24/7 portfolio nudimo različite proizvode za konzumaciju u svako doba dana, u različitim prilikama;

- **Otvaramo prilike da napravimo razliku u svetu kao jedinstveni Hellenic** – mi smo deo zajednica, kreiramo radna mesta direktno i kroz lanac vrednosti, a kroz Misiju 2025, posvećeni smo ispunjenju naših ciljeva održivosti.

POVEZUJEMO NAŠU VIZIJU, SVRHU, STUBOVE RASTA I CILJEVE

OTVARAMO MOMENTE KOJI NAS OSVEŽAVAJU

VIZIJA

VODEĆI 24/7 PARTNER ZA OSVEŽENJE

STUBOVI RASTA	KAKO RASTEMO	KAKO MERIMO
1 KORISTIMO SNAGU NAŠEG JEDINSTVENOG PORTFOLIJA	Nudimo najbolji 24/7 portfolio u partnerstvu sa Coca-Cola kompanijom. str. 21-24	Kroz postavljene finansijske ciljeve, kao i ciljeve održivosti definisane našom Misijom 2025, koju ćemo dalje detaljnije prikazati.
2 POBEĐUJEMO NA TRŽIŠTU	Gradimo nepobedive timove pravih partnera za naše kupce, uz izvrsnost u izvršenjima u svakom kanalu. str. 30-31	
3 PODSTIČEMO RAST KROZ KONKURENTNOST I INVESTICIJE	Transformišemo, inoviramo i digitalizujemo naše poslovanje, kako bismo bili spremni za budućnost. str. 28-30	
4 NEGUJEMO POTENCIJAL NAŠIH LJUDI	Ulažemo u građenje najboljih timova u industriji. Razvijamo inkluzivnu kulturu rasta uz osnažene ljude. str. 34-44	
5 ZAVREĐUJEMO POVERENJE ZAJEDNICA U KOJIMA POSLUJEMO	Lider smo u zaštiti životne sredine, uključujemo zajednice u inicijative koje se odnose na zaštitu vodnih resursa i upravljanje otpadom, i osnažujemo mlade zajedno sa našim partnerima. str. 45-75	

FINANSIJSKI POKAZATELJI COCA-COLA HBC SRBIJA

Coca-Cola HBC Srbija	2023
1. Direktna generisana ekonomska vrednost	**52.156.468**
Prihodi UKUPNO Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi	**52.156.468**
2. Distribuirana ekonomska vrednost	**49.088.472**
Operativni troškovi UKUPNO:	**34.528.002**
Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO:	**4.665.924**
Rashodi u vezi sa obezbeđivanjem kapitala UKUPNO:	**4.234.747**
Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO:	**5.578.470**
Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO:	**81.328**
3. Zadržana ekonomska vrednost	**3.067.996**

*Navedeni podaci dati su u hiljadama RSD i odnose se na 2023. godinu.

FINANSIJSKI POKAZATELJI KOMPANIJA BAMBI

	2023
1. Direktna generisana ekonomska vrednost	**15.305.223**
Prihodi UKUPNO Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi	**15.305.223**
2. Distribuirana ekonomska vrednost	**12.136.339**
Operativni troškovi UKUPNO:	**9.313.489**
Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO:	**2.137.985**
Rashodi u vezi sa obezbeđivanjem kapitala UKUPNO:	**0**
Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO:	**531.192**
Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO:	**153.673**
3. Zadržana ekonomska vrednost	**3.168.884**

*Navedeni podaci dati su u hiljadama RSD i odnose se na 2023. godinu.

STRATEŠKI PRISTUP ODRŽIVOSTI

MISIJA ODRŽIVOSTI

Coca-Cola HBC je jedna od prvih kompanija koja je postavila **naučno zasnovane ciljeve u oblasti održivosti,** koji su u potpunosti usklađeni sa Ciljevima održivosti Ujedinjenih nacija (SDG). Naš pristup Misija 2025, zasnovan je na uključivanju zainteresovanih strana i matrici materijalnosti. Fokusira se na šest ključnih oblasti našeg lanca vrednosti: ublažavanje klimatskih promena i povezano smanjenje emisija, voda i zaštita izvora, ambalaža i reciklaža, nabavka sirovina, ishrana, te naš tim i zajednice. Postavljeni ciljevi su usmereni na oblasti koje će najefikasnije stvoriti održivu vrednost za naše poslovanje, partnere i zajednicu, i na njihovom ispunjenju kontinuirano radimo.

Kao deo Coca-Cola HBC, Bambi je takođe definisao Misiju održivosti, sa rokom ispunjenja ciljeva do 2030. godine. U nastavku pogledajte ciljeve održivog poslovanja ka kojima teže naše dve kompanije:

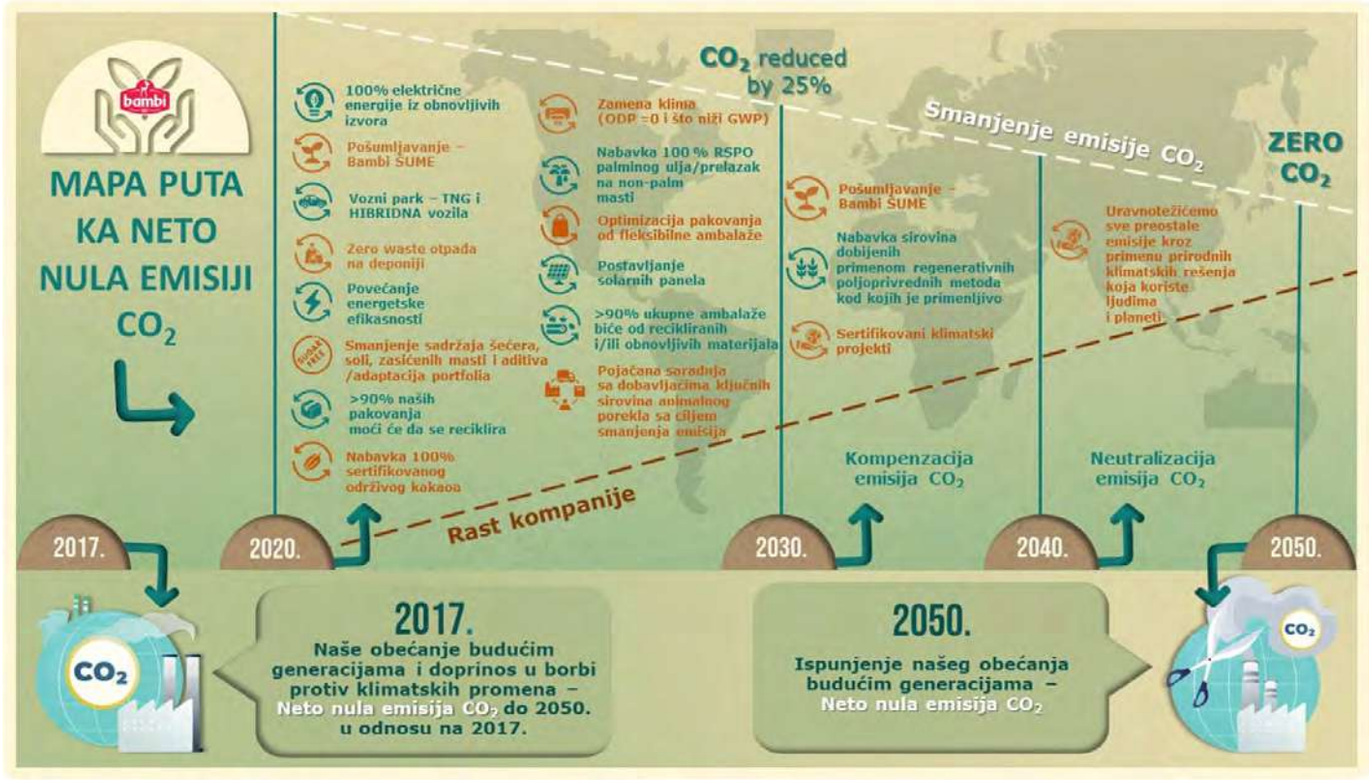
STRATEŠKI PRISTUP ODRŽIVOSTI

NAŠ PUT KA NETO NULTIM EMISIJAMA CO2

Još jedan važan cilj ka održivom poslovanju na koji se obavezala **Coca-Cola HBC** je da ćemo **do 2040.** godine, deceniju pre roka koji je postavila Evropska unija, **svesti direktne emisije gasova sa efektom staklene bašte na apsolutni minimum,** dok ćemo u saradnji sa dobavljačima partnerski raditi da eliminišemo 90% ugljeničnog otiska koji nastaje od trećih strana. Do 2030. godine, plan Coca-Cola HBC Grupe je da se emisije iz lanca vrednosti smanje za 25%, odnosno za dodatnih 50% u narednoj dekadi. Gde god nije moguće u potpunosti eliminisati emisije gasova sa efektom staklene bašte, njihov efekat će biti umanjen ili u potpunosti uklonjen kroz investicije u druge mere zaštite od klimatskih promena.

Kompanija **Bambi postavila je cilj da do 2050. godine dostigne neto nulte emisije CO2,** a na infografiku možete pogledati i kako izgleda kompanijska mapa puta ka ovom cilju.

Više o merama koje naše dve kompanije sprovode na ovom putu možete pročitati u poglavlju Zaštita životne sredine – Klima.



PRISTUP MATERIJALNOSTI I UKLJUČIVANJE ZAINTERESOVANIH STRANA

Ovaj proces detaljno posmatra našu ulogu u društvu, posebno naš uticaj na zainteresovane strane, zajednice i životnu sredinu, kao i njihov uticaj na naše aktivnosti. Sprovodimo ga najmanje jednom godišnje i rezultira listom tema koje su najvažnije za naše zainteresovane strane i naše poslovanje, uključujući trenutne i nove ESG trendove.

Najvažnije teme

Kao što je prikazano u matrici, najveći značaj kako iz ugla uticaja, tako i finansijske perspektive, u 2023. imaju dve teme: ambalaža i upravljanje otpadom i klimatske promene. Matrica materijalnosti takođe je potvrdila kritičnu važnost održivog snabdevanja, kvaliteta proizvoda i upravljanja vodom. Horizontalna osa pokazuje materijalnost uticaja, dok vertikalna osa označava finansijsku materijalnost. Veličina krugova odražava nivo prioritetnosti teme iz ugla naših zainteresovanih strana.

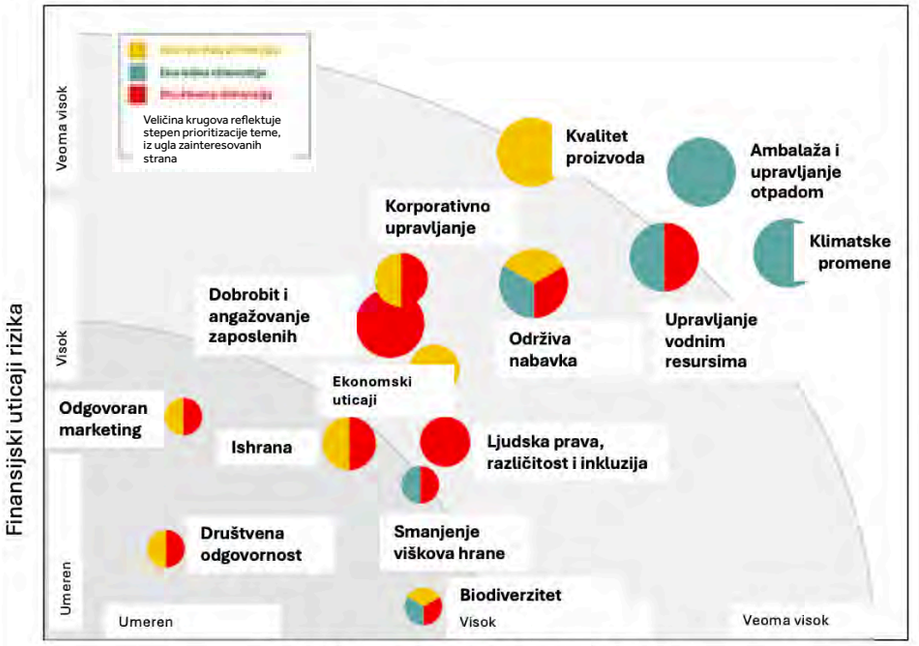
AMBALAŽA I UPRAVLJANJE OTPADOM, KAO I KLIMATSKE PROMENE PRIORITETNE TEME

Zasnovana na najboljim praksama GRI standarda, procena materijalnosti Coca-Cola HBC Grupe u 2023. sprovedena je u četiri faze:

1. **razumevanje konteksta**, kako bi se identifikovala šira lista potencijalno relevantnih materijalnih pitanja;
2. **procena** njihovog **uticaja na društvo i životnu sredinu;**
3. **procena** njihovog **značaja i uticaja na zainteresovane strane i na naše poslovanje,** uključujući i finansijsku materijalnost;
4. **validacija zaključaka i prioritetnih oblasti** za izveštavanje.

Tokom druge i treće faze konsultovano je približno **500 internih i eksternih zainteresovanih strana,** uključujući kupce, potrošače, zaposlene, dobavljače, predstavnike lokalne zajednice, državne organe, organizacije civilnog društva, investitore, poslovna udruženja i akademsku zajednicu. Zainteresovane strane bile su pozvane da identifikuju teme koje, po njihovom mišljenju, imaju najveći uticaj na ljude, društvo, ekonomiju i životnu sredinu tokom vremena, one koje značajno utiču na naše finansijske rezultate, kao i teme koje bi trebalo da budu prioritizovane u našoj strategiji i planovima.

CCHBC Grupa - Matrica materijalnosti



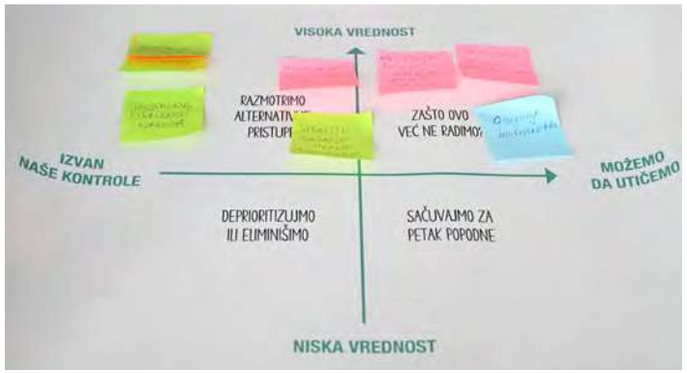
TEME IDENTIFIKOVANE KROZ MATRICU MATERIJALNOSTI POSTAJU DEO NAŠIH STRATEGIJA, KRATKOROČNIH, SREDNJOROČNIH I DUGOROČNIH CILJEVA, ALI TAKOĐE OMOGUĆAVAJU DA DOPRINESEMO ŠIRIM CILJEVIMA, KAO ŠTO SU UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA.

Uticaji koje procenjujemo su pozitivni i negativni, kratkoročni i dugoročni, planirani i neplanirani, reverzibilni i nereverzibilni, i sve to iz perspektive različitih grupa zainteresovanih strana. Takođe, procenjuju se stepen, obuhvat, mogućnost sanacije i verovatnoća svakog uticaja duž lanca vrednosti – u lancu nabavke, u našim direktnim operacijama, i kroz distribuciju i životni ciklus proizvoda.

ZAINTERESOVANA STRANA	MATERIJALNE TEME	NAŠI STUBOVI RASTA
ZAPOSLENI	Ljudska prava, poštovanje različitosti i inkluzija Dobrobit i uključivanje zaposlenih	4 Negujemo potencijal naših ljudi 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim poslujemo
ZAJEDNICA	Klimatske promene / Odgovornost u zajednici / Upravljanje vodnim resursima / Ambalaža i upravljanje otpadom / Socio-ekonomski uticaji	3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim poslujemo
POTROŠAČI	Socio-ekonomski uticaji Ishrana Kvalitet proizvoda Odgovoran marketing	1 Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolija 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim poslujemo
KUPCI	Socio-ekonomski uticaji Ishrana Ambalaža i upravljanje otpadom Smanjenje viškova hrane	1 Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolija 2 Pobeđujemo na tržištu
DOBAVLJAČI	Klimatske promene / Održiva nabavka / Upravljanje vodnim resursima / Socio-ekonomski uticaji / Biodiverzitet	3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim poslujemo
ORGANIZACIJE CIVILNOG DRUŠTVA	Klimatske promene / Odgovornost u zajednici / Ljudska prava, različitost i inkluzija / Ambalaža i upravljanje otpadom / Upravljanje vodnim resursima / Smanjenje viškova hrane	5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim poslujemo
AKCIONARI	Socio-ekonomski uticaji Klimatske promene Ambalaža i upravljanje otpadom Korporativno upravljanje	1 Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolia 2 Pobeđujemo na tržištu 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim poslujemo
DRŽAVNE INSTITUCIJE	Klimatske promene Ishrana Ambalaža i upravljanje otpadom Upravljanje vodnim resursima	3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim poslujemo
COCA-COLA KOMPANIJA	Ishrana Odgovoran marketing Održiva nabavka Odgovornost u zajednici	1 Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolia 2 Pobeđujemo na tržištu 4 Negujemo potencijal naših ljudi 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim poslujemo

DA LI STE ZNALI?

Coca-Cola HBC Srbija jedina u okviru Coca-Cola HBC Grupe ima oformljen ESG Savetodavni odbor.
Sastavljen od 18 članova, odbor pruža važnu eksternu perspektivu za oblikovanje ESG inicijativa.



KAKO KONSULTUJEMO ZAINTERESOVANE STRANE NA LOKALNOM NIVOU

1. U 2023. godini, sproveli smo **godišnju anketu "ESG Pulse",** tražeći našim zainteresovanim stranama mišljenje o materijalnim temama i aktivnostima kompanije Coca-Cola HBC Srbija. Kao najznačajnije teme izdvojene su: **upravljanje otpadom, reciklaža, energetska efikasnost, zaštita vodnih i drugih prirodnih resursa, kao i podizanje svesti javnosti o značaju zaštite životne sredine.** U oblasti društvenih uticaja, zainteresovane strane su izdvojile obrazovanje i osnaživanje mladih, promociju zdravih stilova života i podršku lokalnim zajednicama.

2. Naš **ESG Savetodavni odbor**, koji postoji od 2021. održao je tri sastanka u 2023. Jedan od sastanaka na temu ishrane, održali smo upravo u Bambi fabrici u Požarevcu. Savetodavni odbor sastavljen je od 18 renomiranih predstavnika različitih oblasti: lokalne uprave, međunarodnih organizacija, nevladinog sektora, poslovnih udruženja, obrazovnih institucija i medija, i predstavlja jedinstven model saradnje sa zainteresovanim stranama.

3. Tradicionalno, zajedno sa Bambijem, realizovali smo **godišnji Sustainability Forum**, takođe sa ciljem da čujemo mišljenje naših zainteresovanih strana. Kroz model ko-kreacije, definisali smo **deset oblasti važnih za delovanje:** obrazovanje dece sa ciljem podizanja svesti o održivom razvoju, energetska efikasnost, očuvanje biodiverziteta, upravljanje ambalažnim otpadom kao i otpadom od hrane, klimatske promene, smanjenje upotrebe plastike, suzbijanje green washing-a, jednakost i osnaživanje žena u preduzetništvu i održiva modna industrija.

4. Naše **dve kompanije kroz članstvo u poslovnim i udruženjima industrije,** preduzimaju inicijativu za deljenje iskustva i najboljih praksi, ali takođe ove forume smatramo važnim da čujemo i dobijemo važne povratne informacije, kako bismo na najbolji način delovali partnerski i razvijali zajednice čiji smo deo.

U ovom izveštaju obrađene su sve teme identifikovane kao materijalne u strategiji kompanije, od internih do eksternih zainteresovanih strana, a sve kroz pristup upravljanju, inicijative i odgovarajuće pokazatelje učinka.

UPRAVLJANJE

Upravljačku strukturu kompanije Coca-Cola HBC Srbija čine: Skupština, Nadzorni odbor i generalni direktor. Skupština (koju čini jedan član – kompanija CC Beverages Holdings II B.V) imenuje Nadzorni odbor sastavljen od tri člana, čiji mandat traje četiri godine. Nadzorni odbor imenuje generalnog direktora, čiji mandat nije vremenski ograničen. Funkcija predsednika najvišeg upravljačkog tela i izvršna funkcija u kompaniji su razdvojene.

Rad članova menadžmenta evaluira se kvartalno u okviru procesa ocenjivanja individualnog učinka zaposlenih. Prilikom ocenjivanja, fokus se stavlja na ključna ostvarenja i prioritete u odnosu na ciljeve koji su postavljeni u prethodnom kvatalu. Pored toga šta je urađeno, jednaki fokus je i na način na koji su ciljevi postignuti, koliko su u skladu sa kompanijskim vrednostima. Na ovaj način se osigurava kontinuirano učenje i usklađenost rada sa vrednostima kompanije. Nakon toga, postavljaju se prioriteti za sledeći kvartal, ponovo uz fokus na ključne ishode ali i na načine kako se mogu postići. Na kraju godine se sprovodi godišnja procena, koja utiče i na nivo ostvarenja godišnjeg bonusa.

DA LI STE ZNALI?

Odgovornosti u vezi sa održivim poslovanjem i društvenom odgovornošću u CCHBC podeljene su između Sektora za kvalitet, bezbednost i zdravlje na radu i zaštitu životne sredine (QSE) i Sektora korporativnih poslova i održivog poslovanja. U kompaniji Bambi za ovu oblast zadužena su takođe dva tima - tim operativnog razvoja u okviru operacija i komunikaciono/komercijalni tim.

Naše poslovanje usklađeno je sa međunarodnom, nacionalnom i lokalnom regulativom. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, Pravni sektor na kvartalnom nivou šalje zaposlenima pregled svih novih propisa koji su relevantni za poslovanje kompanije. U kompaniji Bambi, takođe Pravna služba dostavlja sektorima objavljene propise radi ažuriranja liste, usklađivanja internih akata, primene u praksi, planiranja i budžetiranja.

UPRAVLJANJE RIZICIMA

Sektor finansija je zadužen da vodi evidenciju rizika, dok je poseban tim za rezilijentnost poslovanja zadužen za identifikovanje, procenu i upravljanje rizicima i odgovoran je za realizaciju tih mera. Međutim, s obzirom na to da je za efikasno upravljanje rizicima neophodna stalna međusektorska saradnja, svi naši zaposleni, u svim zemljama i na svim pozicijama, imaju obavezu da proaktivno učestvuju u traženju i identifikovanju rizika, kao i da predlažu relevantne planove za njihovu kontrolu i ublažavanje. Uz to, pripadnost Coca-Cola HBC Grupi omogućava nam da iskustva sa drugih tržišta koristimo za proaktivno upravljanje rizicima.

S obzirom na to da je svaki proces proizvodnje nesavršen, uprkos najvišim standardima, incidenti su sastavni deo poslovanja svake kompanije. Uz to, našu osetljivost za incidente povećava i činjenica da imamo veliki udeo na tržištu, odnosno, da su naši proizvodi prisutni u svim domovima.**Naš program upravljanja incidentima i rešavanja kriznih situacija, takođe poznat kao IMCR,** vrlo je važan u ovom kontekstu, jer nam obezbeđuje okvir i procese za brzo rešavanje incidenata, pre nego prerastu u krizu. Nacionalni IMCR Core Team čine: direktor pravne službe, koji je i nacionalni IMCR koordinator, zatim menadžer bezbednosti i rizika, direktor održivog razvoja operacija, direktor za korporativne poslove i održivost, kao i direktor za odnose sa javnošću, komunikacije i održivo poslovanje u Coca-Cola kompaniji u Srbiji

KODEKS POSLOVNOG PONAŠANJA

Kodeks poslovnog ponašanja potvrđuje našu predanost da poslujemo u skladu sa svojim vrednostima i svim zakonima, propisima i standardima, eksternim i internim, koji važe u oblasti našeg poslovanja.

Želimo da budemo kompanija sa najvećim poverenjem i poštovanjem, i zato se Kodeks primenjuje na sve koji rade za Coca-Cola HBC Grupu širom sveta, bez obzira na lokaciju, ulogu ili godine staža. Od zaposlenih na određeno vreme, zaposlenih po ugovoru, konsultanata, agenata i bilo kog drugog lica koje postupa u ime kompanije, takođe se očekuje da se ponašaju u skladu sa principima Kodeksa.

POŠTOVANJEM KODEKSA DO POVERENJA I POŠTOVANJA

Kodeksom poslovnog ponašanja obuhvaćeni su **integritet u kompaniji** (ljudska prava, različitost i inkluzija, poslovna evidencija, imovina kompanije, zaštita informacija, ponašanje prema kupcima i dobavljačima, sukob interesa) i **integritet u zajednici** (borba protiv podmićivanja, životna sredina i zaštita na radu, poštena konkurencija i zaštita konkurencije na tržištu, privatnost i zaštita ličnih podataka, postupanje sa kompanijskim hartijama od vrednosti, sankcije koje nameću vlade i međunarodni organi).

Prilikom potpisivanja ugovora o radu, svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Kodeks i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama. Za zaposlene, partnere i saradnike redovno organizujemo treninge, kako bismo im pomogli da razumeju i primene Kodeks u svim situacijama.

Nepostupanje u skladu sa Kodeksom tretira se veoma ozbiljno i može dovesti do disciplinskog postupka, a u krajnjem slučaju i do otkaza. Sumnje u vezi sa kršenjem Kodeksa zaposleni mogu da podnesu putem Reci! linije, neposrednom rukovodiocu ili licu zaduženom za usklađenost sa Kodeksom (o čemu su obavešteni samim Kodeksom i internim kanalima komunikacije). Služba interne kontrole periodično podnosi izveštaje višem rukovodstvu Kompanije o istragama koje vodi, istragama koje se očekuju i konačnim odlukama u skladu sa Kodeksom, uključujući preduzete disciplinske mere.

ANTIKORUPCIJA I SPREČAVANJE SUKOBA INTERESA

Pravilnik o sprečavanju korupcije definiše naš pristup sprečavanju davanja i primanja mita, saradnji sa državnim službenicima, kao i sa drugim saradnicima – klijentima, kupcima, angažovanim trećim licima i poslovnim partnerima. Usklađen je sa važećim zakonima o sprečavaju korupcije, dajući smernice o sukobu interesa i pružanju ili dobijanju poklona i usluga od saradnika. Svi definisani zahtevi ilustrovani su odgovarajućim primerima situacija do kojih može doći u svakodnevnom poslovanju.

Isto kao i u slučaju Kodeksa poslovnog ponašanja, svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Pravilnik i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama.

ZAPOSLENI NA POZICIJAMA POVEĆANO IZLOŽENIM RIZIKU OD KORUPTIVNOG PONAŠANJA, JEDNOM GODIŠNJE IMAJU OBAVEZAN TRENING NA OVU TEMU

Svi zaposleni prolaze treninge o primeni Kodeksa poslovnog ponašanja i Pravilnika o sprečavanju korupcije u roku od 60 dana od dana stupanja na rad. Navedeni treninzi se obnavljaju na svake 3 godine. Dodatno, zaposleni koji se nalaze na pozicijama koje su povećano izložene riziku od potencijalno koruptivnog ponašanja prolaze i specijalizovane treninge jednom godišnje. U kompaniji Bambi, obuku su tokom 2023. godine prošli svi zaposleni, uključujući i svih 7 članova najvišeg upravljačkog tela.

Analiza rizika od korupcije sprovodi se u svim sektorima naše dve kompanije. Svi zaposleni koji u svom poslovanju sarađuju sa državnim organima, ili poseduju diskreciono pravo pregovaranja o uslovima pod kojima se zaključuje komercijalni sporazum sa poslovnim partnerima, izloženi su potencijalnom riziku od korupcije. Nabavka je identifikovana kao posebno rizična oblast, te su osnovni principi antikorupcijske politike sadržani u obaveznom prilogu Vodeći principi za dobavljače, koji su sastavni deo ugovora o nabavci robe i usluga.

BEZ POTVRĐENIH SLUČAJEVA KORUPCIJE I POSTUPAKA VEZANO ZA KRŠENJE PRAVILA KONKURENCIJE U 2023.

Za povredu Pravilnika može biti izrečena disciplinska mera predviđena zakonom, uključujući i otkaz. Tokom 2023. godine u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nije bilo potvrđenih slučajeva korupcije, kao ni javnih postupaka pokrenutih protiv kompanije ili zaposlenih.

ZAŠTITA KONKURENCIJE

Imajući u vidu snagu kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi na tržištu, kao i snagu naših brendova, poklanjamo veliku pažnju zaštiti konkurencije i sprovodimo napredan program sa ciljem izrade i implementacije strategije nastupa na tržištu i edukacije zaposlenih. Izuzetno je važno razumeti da pravila o zaštiti konkurencije, takođe, štite samu kompaniju od nedozvoljenih akcija drugih učesnika na tržištu.

Svi zaposleni u komercijalnom sektoru kompanije Coca-Cola HBC dobijaju Priručnik o zaštiti konkurencije i tokom 2023. godine su prošli kroz trening o zaštiti konkurencije uživo, a viši i srednji menadžment u komercijalnom sektoru dodatno prolaze kroz specijalizovani trening. U kompaniji Bambi, zaposleni za koje je zaštita konkurencije pitanje od značaja, prolaze godišnju obuku, dok pravni tim dodatno prolazi kroz specijalizovani trening.

Tokom 2023. godine za naše dve kompanije nije bilo postupaka koji su u toku ili su završeni, a u vezi su sa ponašanjem koje je suprotno slobodnoj tržišnoj konkurenciji.

TRŽIŠTE

SNAGA NAŠEG JEDINSTVENOG 24/7 PORTFOLIJA

Otvaramo mogućnosti za rast sa našim kupcima, potrošačima i dobavljačima

Visok inflatorni pritisak uticao je na tržište tokom većeg dela 2023. godine, stavljajući dodatni fokus na pristupačnost proizvoda kao važnu temu za naše potrošače. Nastavili smo da pratimo trendove i promene u potrošačkim navikama i na osnovu tih inputa trasirali razvoj portfolija – kako bismo imali pravo piće u svakoj prilici za konzumaciju, 24/7. Uspostavljanjem pravog balansa između pristupačnosti i premiumizacije, u 2023. godini ostvarili smo rast svih kategorija bezalkoholnih pića, završavajući godinu sa 44% vrednosnog učešća u ukupnoj kategoriji. Odlične rezultate zabeležile su i kategorije kafe i alkoholnih pića.

Kada je u pitanju snack portfolio, Plazma je lider kategorije biskvita u Srbiji, sa najboljim performansama, emotivnom povezanošću sa potrošačima i najboljom brend reputacijom. Svaki drugi biskvit koji se proda u Srbiji je potekao iz kompanije Bambi, a svaki treći je Plazma. Top tri rastuća biskvita u 2023. godini u našoj zemlji su proizvodi kompanije Bambi, dok je Wellness zabeležio istorijski rast učešća u kategoriji integralnih keksova.

44%
učešća u kategoriji bezalkoholnih pića

48%
učešća u kategoriji biskvita

TREND RASTA ZERO PROPOZICIJA

Zahvaljujući jakim brendovima i kontinuiranom ulaganju u tržište, i u 2023. godini beležimo stabilan rast kategorije gaziranih pića, kome doprinose svi brendovi.

Posebno smo ponosni na trend rasta proizvoda sa manje ili bez šećera. Tako je pored sada već izuzetno dobro prihvaćene Coca-Cola Zero, svoju Zero varijantu dobio i Schweppes Bitter Lemon. Ovaj trend nastavljamo, pa tako u 2024. godini na tržište po prvi put uvodimo Fanta Zero, potvrđujući našu posvećenost nuđenju izbora koji odgovaraju promenama u životnim stilovima i navikama potrošača.

ROSA BREND POTVRĐUJE SVOJU SNAGU

Rosa u 2023. godini beleži rast volumena i nastavlja da bude izbor za celu porodicu. Zajedno sa Ministarstvom zdravlja, ušli smo u 13. godinu podrške porodici – pa smo u 2023. godini podržali patronažne službe i rad škola roditeljstva širom Srbije. Kao idealan saveznik svim sportistima, Rosa voda osvežila je sve učesnike Dana pešačenja, najveće pešačke manifestacije u zemlji, a u 2024. godini postala zvanično piće Beogradskog maratona, kao i Olimpijskog tima Srbije!

Mehurići iz srca Homolja, koji dolaze u našoj gaziranoj vodi Rosa Homolje, osvojili su potrošače! Ovaj novi proizvod u našem portfoliju premašio je očekivane rezultate i beleži stabilan rast u tržišnom učešću.

NEXT JE „MILJENIK POTROŠAČA“

U kategoriji sokova, Next Lemonade ističu se zabeležnim dvocifrenim rastom volumena u 2023. godini. Nastavili smo da razvijamo ovu kategoriju, na koju su potrošači izuzetno pozitivno reagovali, uvodeći i prvu Zero propoziciju bez dodatih šećera – Next limunadu sa ukusom limuna i jagode.
Next sokovi u 2024. godini osvojili su titulu „Miljenik potrošača“ u kategoriji „Bezalkoholni napici“, u akciji koju organizuje udruženje “Moja Srbija” uz podršku Centra potrošača Srbije i grada Beograda. Pobednički brendovi biraju se na osnovu glasova potrošača.

Fuze Tea, kao najomiljeniji ledeni čaj na tržištu, pokazuje svoj puni potencijal. U 2023. godini svaki drugi ledeni čaj popijen u Srbiji upravo je Fuze Tea.

DOZA DOBRE ENERGIJE

Na tržištu Srbije značajnu ekspanziju doživljavaju pića koja nude i određene funkcionalne benefite. U kategoriji energetskih pića oba naša brenda, Ultra i Monster, beleže izuzetno dobar rast. Posvećenost ka varijantama bez šećera preslikana je i na ovu kategoriju, pa smo u 2023. godini potrošačima predstavili Monster Hamilton Zero. Ultra je takođe ponudila novi ukus, Citrus Peach. Ultra tim dobio je novog člana: reprezentativac Srbije i NBA košarkaš Bogdan Bogdanović postao je brend ambasador.

Sportsko piće Powerade, primarno namenjeno onima koji se bave određenom sportskom aktivnošću, takođe beleži izuzetan rast. Powerade je zvanično piće nekih od najpoznatijih evropskih maratona (Beč, Rim, Atina), a od 2024. godine postaje oficijelno piće i Beogradskog maratona.

2024. UVODIMO FANTA ZERO

13 GODINA PODRŠKE PORODICI

2023.

RAZVIJAMO KATEGORIJU KAFE I BARISTA KULTURU

COSTA I VERGNANO KAFA DOSTUPNE U 500+ HORECA OBJEKATA

U 2023. godini naša dva brenda kafe – Costa Coffee i Vergnano postali su dostupni u više od 500 HoReCa objekata širom Srbije, dok je volumenski rast iznosio preko 30 odsto. Uz strategiju dostupnosti u različitim kanalima (maloprodaja, HoReCa, At Work), ali i inovacije i pod-kategorije poput toplih čokolada i čajeva koje prezentujemo u 2024. godini, očekujemo nastavak rasta ove kategorije.

Razvijamo i barista kulturu. Jedina smo organizacija u okviru Coca-Cola HBC Grupe koja je nosilac sertifikata Svetske asocijacije eksperata za kafu. To će nam omogućiti da vrhunsku ekspertsku obuku barista i relevantne sertifikate prenesemo i na Srbiju.

GODINA VELIKIH INOVACIJA U SEGMENTU ALKOHOLNIH PIĆA, RAZVIJAMO KULTURU MIKSOLOGIJE

Kroz segment alkoholnih pića jačamo našu 24/7 strategiju i gradimo dugoročne odnose sa kupcima, ali i potrošačima. U 2023. godini ostvarili smo dvocifreni rast prihoda i zadržali lidersku poziciju u premium segmentu, što je rekordni rezultat.

Portfolio je dalje osnažen akvizicijom Finlandia votke, koja je postala deo Coca-Cola HBC porodice. Početkom 2024. godine započinjemo saradnju sa Bacardi-Martini grupom, lansiramo Jack&Coke koktel spreman za piće i uvodimo novu zvezdu miksologije u portfolio – Three Cents, premium tonik. Miksologija postaje pokretačka snaga u industriji alkoholnih pića, a uz Schweppes i Three Cents imamo pobednički recept koji će koktel kulturu u Srbiji podići na još veći nivo.

DIGITALIZUJEMO PROCESE

U 2023. godini nastavljen je globalni trend digitalizacije.

14%
PRODAJNOG VOLUMENA DOLAZI PREKO DIGITALNIH KANALA

Kupci postaju usmereniji na e-trgovinu. Nastavili smo da razvijamo naš Customer portal, preko kojeg se sada odvija 14 odsto našeg prodajnog volumena. Razvili smo i druge digitalne alate, poput Dynamic Routing i One Stop Shop aplikacije, sve sa ciljem uštede u vremenu i pojednostavljivanja procesa. Više o ovome čitajte na str: 28.

BAMBI

GODINA SA REKORDNIM BROJEM INOVACIJA U POSLEDNJEM KVARTALU

4 INOVACIJE
SAMO U POSLEDNJEM KVARTALU

Početkom 2023. godine je i zvanično počeo sa radom Bambi centar za istraživanje i razvoj (R&D centar), uz pomoć kog smo samo u poslednjem kvartalu lansirali čak četiri inovacije – Wellness potpuno preliven čokoladom, Zimska Plazma u dva ukusa, redizajn Plazma Kocke i Plazma od Srca u dva ukusa: lešnik i pomorandža. Sa brendom Plazma od Srca smo ušli u novu teritoriju i već nakon prvog meseca zabeležili sjajne rezultate, a posebno smo srećni što je ova inovacija nastala upravo osluškivanjem potrošača. U top tri vrednosno najuspešnije inovacije u 2023. u Srbiji su barovi Plazma Stiksi.

Inovacije su ključan element naše razvojne strategije, tako da tokom 2024. godine planiramo povećanje stope inovacija, sa fokusom na unapređenju pakovanja, korišćenju u potpunosti reciklabilnih materijala, uvođenju sertifikovanih sirovina iz održivih izvora, kao i razvoju receptura sa smanjenom količinom soli, šećera i masti. Naš R&D centar umnogome će nas osnažiti upravo u ovoj oblasti. S obzirom na dominantni uticaj digitalnih kanala koji konstantno redefinišu korisničko iskustvo naš fokus u narednom periodu će upravo biti na razvoju ovih kanala.

VEOMA USPEŠNE BREND KOLABORACIJE

Prethodna godina donela je veoma značajna partnerstva za kompaniju Bambi, a već početak 2024. godine obeležen je uspešnim inovacijama sa Dr. Oetkerom, Frikomom i McDonald's-om. Sa kompanijom Dr. Oetker smo našim potrošačima pružili nov način uživanja u omiljenim poslasticama kreirajući Plazma Lava Mafin i Plazma Mini Cheesecake. Za Air Serbia smo kreirali specijalno prilagođeno Plazma Mini Mini pakovanje, kako bi naši potrošači maksimalno uživali u putovanjima.

KVALITET PROIZVODA

BEZ OPOZIVA I POVLAČENJA NAŠIH PROIZVODA SA TRŽIŠTA U 2023. GODINI

Kvalitet proizvoda je prioritet kako za naše potrošače i ostale zainteresovane strane, tako i za nas u kompanijama Coca-Cola HBC i Bambi. U 2023. godini nismo zabeležili nijedan slučaj nepridržavanja propisa u vezi sa uticajima naših proizvoda i usluga na zdravlje i bezbednost, kao ni opoziva ni povlačenja proizvoda sa tržišta.

Ovo je rezultat poštovanja svih regulatornih, ali i strogih zahteva sistema u kojim poslujemo, preventivnih aktivnosti, internih i eksternih kontrola, kao i činjenice da su kvalitetu proizvoda posvećeni svi zaposleni u našim kompanijama, na svim organizacionim nivoima.

Pored usaglašenosti sa svim zakonskim propisima, poštujemo i druge striktne interne i eksterne standarde koji se odnose na kvalitet i zdravstvenu bezbednost svih proizvoda, poput sistema za upravljanje kvalitetom ISO 9001 i sistema za upravljanje bezbednošću hrane FSSC 22000. Coca-Cola HBC Srbija, kao deo Coca-Cola kompanije, primenjuje i interne specijalizovane TCCC KORE zahteve uspostavljene na globalnom nivou – koji obuhvataju kvalitet i bezbednost proizvoda, zaštitu životne sredine i zaštitu na radu.Čak 30 proizvoda kompanije Bambi ima „Vegan" oznaku, dok određeni proizvodi ispunjavaju i zahteve HALAL sertfikata.

Naše politike kvaliteta i bezbednosti proizvoda možete pogledati ovde:

POLITIKA KVALITETA I BEZBEDNOSTI PREHRAMBENIH PROIZVODA KOMPANIJE COCA-COLA HBC SRBIJA

POLITIKA INTEGRISANOG SISTEMA UPRAVLJANJA KOMPANIJE BAMBI

VIŠE TAČAKA KONTROLE – OD SIROVINA DO DISTRIBUCIJE

Pored dosledne primene strogih standarda, kvalitet obezbeđujemo i kroz kontinuirano praćenje ključnih tačaka nabavke sirovina, proizvodnje i distribucije proizvoda do krajnjeg potrošača. To obuhvata redovne kontrole, uključujući mikrobiološke, svih ulaznih materijala (sirovine i pakovni materijali), kontrolu procesa proizvodnje (pranje i ispiranje boca i kontrola ambalaže za pakovanje), pa sve do mikrobiološke, senzorne i fizičke kontrole gotovog proizvoda. Svi naši proizvodi redovno se ispituju u laboratoriji naših fabrika, kao i u akreditovanim laboratorijama. Pored redovnih kontrola koje propisuje zakonska regulativa, Bambi obavlja i dodatne kontrole pojedinih sirovina prema zahtevima standarda FSSC, sa ciljem sprečavanja prehrambenih prevara.

Pobrojane faze provere važe za sve proizvode naše dve kompanije, osim za gazirana pića, čiji se razvoj odvija u centrali Coca-Cola kompanije, dok su svi ostali postupci kontrole kvaliteta isti kao i za ostale proizvode.

DA LI STE ZNALI?

Više od 300 testova kvaliteta obavimo po svakoj proizvodnoj liniji dnevno.

Coca-Cola HBC Srbija

ISHRANA I INFORMACIJE O PROIZVODIMA

PODRŽAVAMO POTROŠAČE DA NAPRAVE PRAVE I INFORMISANE IZBORE

Pratimo promene u načinu života naših potrošača i odgovaramo na njih. Već nekoliko godina je rastući trend vođenje računa o unosu manje kalorija i manje šećera, pri čemu potrošači očekuju da se zadrži sjajan ukus proizvoda koje konzumiraju. Mere koje sprovodimo kako bismo odgovorili na ova očekivanja odnose se na pet ključnih oblasti:

1 **Nudimo proizvode sa manje šećera i u manjim pakovanjima,** kako bismo omogućili bolju kontrolu unosa kalorija. Ciljevi održivosti Coca-Cola HBC Grupe do 2025. godine uključuju smanjenje kalorija u gaziranim pićima za 25% na 100 ml proizvoda u odnosu na baznu godinu (2015). Na nivou Grupe, u 2023. godini dostignuto je smanjenje od 19%. U našoj operaciji u Srbiji, pored Coca-Cola Zero, uveli smo Schweppes Bitter Lemon Zero propoziciju, Fanta Zero, kao i prvu Next limunadu bez šećera.

↓ 25%
MANJE KALORIJA U GAZIRANIM PIĆIMA DO 2025.

U kompaniji Bambi, razvijamo kategorije sa različitim funkcionalnostima **(bez glutena, proizvodi od celog zrna, sa proteinima, sa vlaknima, bez dodatog šećera)** i na taj način se približavamo potrošačima koji menjaju svoje navike u ishrani. U toku 2023. godine, lansirali smo naš prvi keks bez glutena, Wellness No gluten inside, koji je dobio potvrdu od Udruženja za celijakiju kao pogodan keks za osobe koje boluju od celijakije.

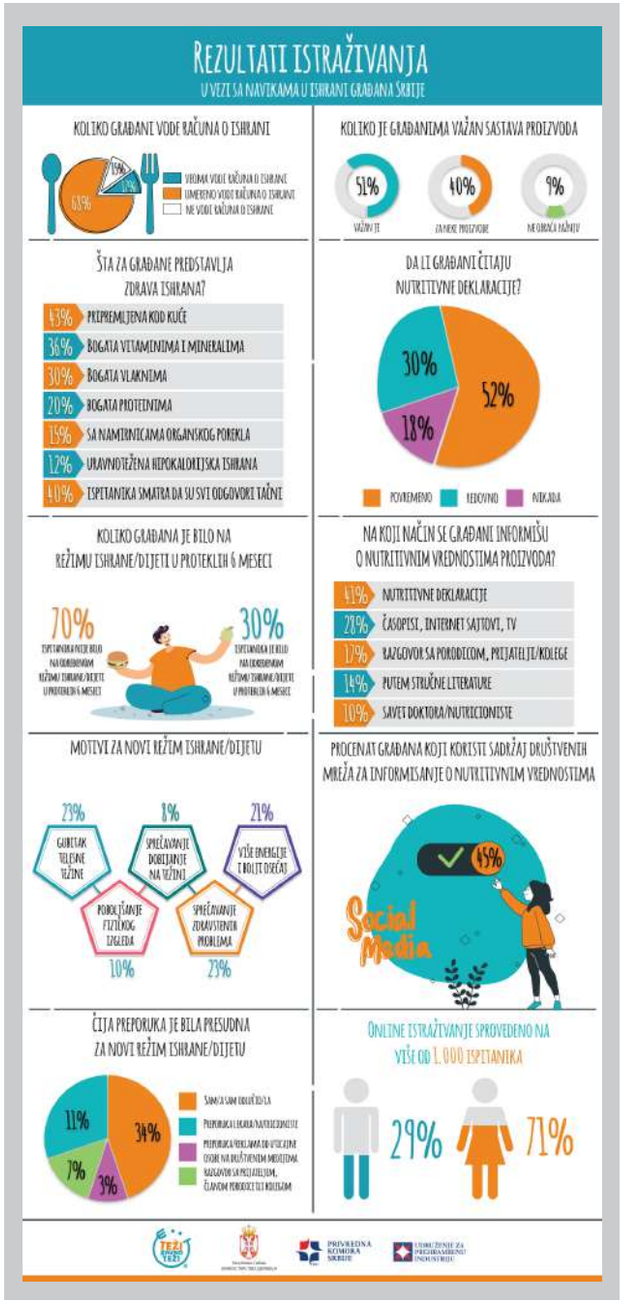
2 **Nova i drugačija pića** – od gaziranih pića, vode, sokova, preko energije, kafe, alkoholnih pića i konditora, potrošačima pružamo izbor za svaku priliku i svako doba dana.

3 **Transparentnost u pogledu sastojaka proizvoda** – svi sastojci proizvoda prikazani su na našim deklaracijama, čime se obezbeđuje da potrošači naprave informisan izbor. Za sve proizvode pružamo informacije o poreklu sastojaka (izuzev za gazirana pića koja se razvijaju od strane Coca-Cola kompanije), sastavu samog proizvoda i supstancama (sirovinama) koje mogu imati uticaj na životnu sredinu ili ljude, obaveštenja o bezbednoj upotrebi proizvoda i bezbednom odlaganju proizvoda, kao i o uticaju odlaganja na životnu sredinu ili ljude.
Pored poštovanja svih zakonskih obaveza u vezi sa deklaracijom, na proizvodima kompanije Coca-Cola HBC Srbija nalazi se i uputstvo za dnevni unos kalorija. Proizvodi kompanije Bambi takođe sadrže informacije o hranljivim vrednostima, preporučenom dnevnom unosu, kao i nutritivne i zdravstvene izjave i „vegan" i „halal" oznake tamo gde je primenljivo.
U 2023. godini, naše dve kompanije nisu zabeležile **nijednu žalbu potrošača kada je u pitanju adekvatno informisanje o proizvodima niti vezano za marketinške komunikacije,** uključujući oglašavanje, promocije i sponzorstva proizvoda.
Kako bismo naše kupce (distributeri, veleprodaja i veliki kupci) detaljnije informisali o pravilnoj upotrebi proizvoda, za njih organizujemo posebne treninge, i pripremamo namenske brošure za edukaciju. Dodatno, naši distributeri i kupci su među prvima obavešteni o novim proizvodima, svim promenama, kao i inovacijama u procesima koje sprovodimo na tržištu.

4 **Ne reklamiramo direktno naše proizvode deci mlađoj od 13 godina** i ne nudimo naš gazirani portfolio osnovnim školama. Ovo se odnosi i na naša energetska pića, gde poštujemo UNESDA Kodeks za deklarisanje i marketing energetskih pića. Kada je reč o oglašavanju i promociji alkoholnih pića koje distribuiramo, Politikom odgovornog marketinga alkoholnih pića definisan je niz ograničenja, koja osiguravaju da marketinške kampanje budu usmerene isključivo na punoletne osobe i da sadrže poruke o odgovornom konzumiranju.

+13

5 **Promovišemo opcije bez šećera i sa manje šećera** – u mnogim marketinškim kampanjama, kao i programima lojalnosti, podstičemo potrošače da izaberu „zero" opcije. Ovo je takođe i jedan od ciljeva kompanije Bambi, kako bismo adaptirali portfolio u pravcu smanjenja sadržaja šećera, ali i soli, zasićenih masti i aditiva.



TEŽI RAVNOTEŽI

NACIONALNA KAMPANJA PODIZANJA SVESTI O PREVENCIJI GOJAZNOSTI

Od 2018. godine Privredna komora Srbije realizuje nacionalnu kampanju „Teži ravnoteži", kao podršku Nacionalnom programu za prevenciju gojaznosti Ministarstva zdravlja Republike Srbije. Kampanja je prvenstveno usmerena na kontinuirano informisanje građana o važnosti uravnotežene ishrane i redovne fizičke aktivnosti, a podržale su je vodeće kompanije u prehrambenoj industriji, među kojim su Coca-Cola i Bambi. Tokom 2023. godine realizovano je **online istraživanje u vezi sa navikama u ishrani i načinu informisanja o nutritivnim vrednostima namirnica,** u kom je učestvovalo više od 1.000 građana Srbije. Podrškom "Teži ravnoteži" kampanji potvrđujemo našu posvećenost važnom pitanju ishrane i zdravlja potrošača.

KANALI KOMUNIKACIJE SA POTROŠAČIMA

Našim potrošačima dostupni su besplatna telefonska linija i e-mail adresa, istaknuti na etiketama proizvoda i na sajtu kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Sve žalbe se razmatraju pravovremeno i povratne informacije o ishodu se dostavljaju kupcima i potrošačima.

Coca-Cola HBC Srbija

Besplatna info-linija za potrošače:
0800 11 22 33

E-mail za pitanja i komentare:
pr.rs@cchellenic.com

E-mail za pitanja i komentare u vezi sa zaštitom podataka o ličnosti:
DataProtectionOffice@cchellenic.com

Veb sajt: *rs.coca-colahellenic.com*

bambi

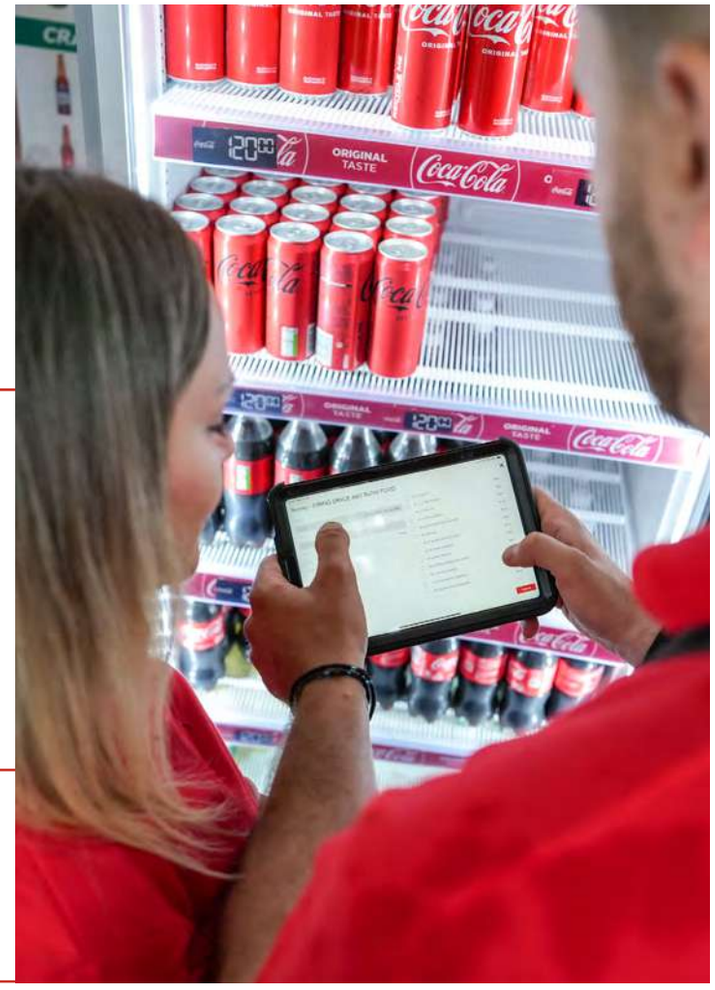
Besplatne info-linije za potrošače:
0800 33 33 44 i 0800 33 44 55
Fax + 381 12 539 858

E-mail za pitanja i komentare:
vasikomentari@bambi.rs

E-mail za pitanja i komentare u vezi sa zaštitom podataka o ličnosti:
DataProtectionOffice@bambi.rs

Veb sajt: *www.bambi.rs*

POBEĐUJEMO NA TRŽIŠTU



PERSONALIZOVANI PRISTUP KUPCIMA

Coca-Cola HBC Srbija

37.000 KUPACA

bambi

3.750 KUPACA

Kupac na prvom mestu – jedna je od naših osnovnih vrednosti. Važno nam je da čujemo i razumemo šta kupac želi, podržimo razvoj njihovih biznisa i budemo pravi partneri na koje mogu da se oslone. Coca-Cola HBC prodajni timovi obilaze više od 37.000 kupaca širom Srbije – prodavnica, supermarketa, diskontnih lanaca, restorana i drugih objekata u kojima se prodaju naši proizvodi.

77 JE NAŠ NET PROMOTER SCORE U 2023.

Tokom 2023. godine, nastavili smo da investiramo u tehnologiju, inovacije i izgradnju naših kapaciteta, posebno kroz digitalnu transformaciju. Na ovaj način, uz naše neprikosnovene prodajne timove, ostaćemo konkurentni, agilni i spremni za budući rast.

U Coca-Cola HBC Srbija nastavili smo da **razvijamo Customer portal,** koji našim direktnim kupcima omogućava unos i praćenje porudžbina 24/7, pregled faktura i finansijskih podataka, informacije o novim proizvodima i promocijama, kao i web chat i online podršku operatera. Ovaj digitalni kanal prodaje trenutno **obuhvata 14% našeg prodajnog volumena i čini 15% ukupnih porudžbina**, što je dvostruko više porudžbina u odnosu na januar 2023. Takođe, za period od 12 meseci broj aktivnih kupaca povećao se sa 200 na 482.

Sada je u okviru portala dostupna i anketa kojom ispitujemo zadovoljstvo kupaca, **Customer Gauge**. Ova anketa predstavlja **„glas kupaca"**, jer nam govori čime su kupci zadovoljni, ali i šta bi voleli da unapredimo. Istraživanjem, koje se realizuje dva puta godišnje putem e-maila ili SMS-a, pokrivamo kompletno vizitirano tržište - direktni i indirektni kupci. Anketa sadrži niz pitanja relevantnih za poslovanje kompanije, portfolio, brendove, kompletan servis ka kupcu (od unosa porudžbenice, isporuke, fakturisanja, odnos sa našim zaposlenima, dostupnost opreme, transparentnost komercijalne politike). Kupac na postavljena pitanja u upitniku odgovara ocenom sveukupne saradnje sa našom kompanijom od 1-10, na osnovu čega se izračunava NPS (Net Promoter Score). Izuzetno smo ponosni na postignuti NPS za 2023. godinu, koji iznosi 77 i značajno je povećan u odnosu na 2022. godinu.

Kada kupac ima neki problem, naš cilj je da isti rešimo u roku od 48 sati. Ponosni smo što smo čak **82% takvih slučajeva zaista i rešili u prvih 48 sati** u 2023. godini, što je 40 procentnih poena bolji rezultat u odnosu na 2022. godinu

Dodatno, baš kao i potrošači, i kupci svakodnevno mogu da komuniciraju sa obe kompanije i putem besplatnih info-linija.

Coca-Cola HBC Srbija

Info broj za kupce:
0800 300 302

E-mail za povratne informacije:
kupac@cchellenic.com

bambi

Info broj za kupce:
064 878 44 00

E-mail za povratne informacije:
customerservice@bambi.rs

Dodatna aplikacija koju smo razvili u sklopu portala je i **Marketing Cloud.** Ideja je da na ovaj način informišemo kupce o inovacijama i aktuelnim promocijama, izbegavajući tako štampanje materijala i štedeći resurse.

Prateći trendove održivog razvoja, sektor logistike takođe uvodi digitalna rešenja u poslovanju. Razvili smo **One Stop Shop aplikaciju,** mesto za digitalizaciju tehničke dokumentacije, baze znanja i pružanje vidljivosti proizvodnih naloga za svakog operatera. Na ovaj način, eliminisali smo potrebu za obimnom papirnom dokumentacijom.

Digitalizacija će nam pomoći da unapredimo efikasnost poslovanja i smanjimo negativne ekološke uticaje, istovremeno kreirajući dodatnu vrednost za naše zaposlene, kupce i dobavljače.

BAMBI U PROJEKTU DIGITALNE DOSTAVE KOMPANIJE NELT

Kompanija Bambi se priključila projektu "Digitalna dostava" kompanije Nelt. Ovaj novi pristup uveo je modernizaciju kompanijskog lanca snabdevanja, elektronski proces arhiviranja i povećao zadovoljstvo naših kupaca usled ubrzanog protoka dokumentacije. Takođe, značajno je smanjena potrošnja papira, a poslovna komunikacija je optimizovana.

BOLJE PLANIRANE RUTE – UŠTEDA VREMENA I SMANJENJE EMISIJA ŠTETNIH GASOVA

ZA 12%

SKRAĆUJEMO VREME PUTOVANJA KOMERCIJALISTE

Coca-Cola prodajni tim provodi vreme na terenu, obilazeći svoje kupce. Uz isplanirane rute, maksimizujemo vreme koje komercijalisti posvete kupcu, dok sa druge strane smanjujemo emisije štetnih gasova koje nastaju kroz vozni park. U tome nam je značajno pomogao novi alat na kojem smo radili, **Dynamic Routing Tool**, koji prema procenama donosi 8% dodatnog vremena komercijalistima, manje troškove amortizacije vozila usled manje pređene kilometraže i za našu prirodu najvažnije – smanjenje emisija CO2! Za 12% skraćujemo vreme putovanja naših komercijalista!

DELIMO ZNANJE SA NAŠIM KUPCIMA: COKE ACADEMY, MIXOLOGIC AKADEMIJA, 24/7 EXPERIENCE CENTAR

Nakon što je naš pilot projekat, Coke Academy, odlično zaživela u prvoj godini realizacije, nastavili smo sa ovom jedinstvenom akademijom za kupce i u 2023. godini. Realizovali smo dve akademije, za vlasnike malih trgovačkih radnji i za HoReCa partnere, pri tom edukujući oko 170 predstavnika naših kupaca na teme važne za njihove biznise (radna snaga, povećanje prodaje, korišćenje podataka za upravljanje biznisom, promene u navikama potrošača u Srbiji, upravljanje finansijama itd). Ove godine smo prvi put Coke Academy ugostili u novootvorenom R&D centru u Požarevcu, gde je ceo doživljaj upotpunila vruća Plazma koju su naši kupci probali prilikom obilaska proizvodnih linija.

NAŠ 24/7 EXPERIENCE CENTAR JE JEDINI PROSTOR U SRBIJI KOJI IMA SVETSKI PRIZNATI SERTIFIKAT ZA OBUKU BARISTA

Da smo **HoReCa partner od poverenja,** potvrdili smo i kroz realizaciju druge po redu Mixologic akademije, koja je okupila 50 polaznika. Tokom šest dana oni su učili o trendovima u miksologiji, ali i otkrili male tajne velikih barmen i barista majstora.

Naš jedinstveni prostor, 24/7 Experience Centre u Beogradu, dobio je prestižni sertifikat od Specialty Coffee Association, jedne od najuglednijih svetskih asocijacija u industriji kafe. Ovaj sertifikat čini 24/7 Experience Centre jedinim prostorom u Srbiji koji je sertifikovan za trening barista. Nastavljamo da i na ovaj način podižemo standarde u industriji.

ODGOVORNO SNABDEVANJE

PARTNERSKI DO ZELENIJEG LANCA SNABDEVANJA

Dobavljači imaju veoma važnu ulogu u našem poslovnom modelu – zahvaljujući njima nabavljamo sirovine i ambalažu najvišeg kvaliteta, kao i opremu i usluge, ali takođe zajednički radimo na smanjenju emisija CO2 u lancu vrednosti.

Dobavljači Coca-Cola HBC Srbija su podeljeni na indirektne i direktne – one koji isporučuju proizvode koji čine sastavni deo gotovog proizvoda. Coca-Cola HBC je među najvećim kupcima i korisnicima šećera, boca, nalepnica, promotivnog materijala i usluga u regionu. Pored direktnih i indirektnih, Bambi ima i „sourcing" dobavljače, odnosno deo nabavke zadužen za pribavljanje proizvoda koje Bambi lansira pod svojim brendovima, a koje proizvode proizvođači konditorskih proizvoda u zemlji i inostranstvu. Kriterijumi „sourcinga" za dobavljače proizvoda su pouzdanost, kontinuitet, i kvalitet po standardima Bambija.

Snažan doprinos lokalnoj ekonomiji kroz angažman lokalnih dobavljača nastavili smo i u 2023. godini. **Coca-Cola HBC je na domaće dobavljače utrošila 81,84% budžeta za nabavke, dok je Bambi domaćim dobavljačima usmerio 73% svog budžeta.**

Saradnju sa dobavljačima evaluiramo jednom godišnje, na osnovu posebne procedure (Supplier Evaluation & Authorization Procedure), koja podrazumeva i obaveznu proveru sertifikata u vezi sa kvalitetom i životnom sredinom. Dobavljačima je na raspolaganju i telefonska „Reci!" linija, za prijavljivanje svakog potencijalnog kršenja procedura od strane naših zaposlenih.

Od naših dobavljača zahtevamo izvrsnost i poštovanje visokih standarda koji dokazuju da na odgovarajući način brinu o ključnim sistemima od važnosti za naše poslovanje: Upravljanje kvalitetom – ISO 9001, Upravljanje zaštitom životne sredine – ISO 14001, Bezbednost i zdravlje na radu – ISO 45001, Bezbednost hrane – FSSC 22000 i GFSI – Globalna inicijativa za bezbednost hrane (važi samo za dobavljače sastojaka i ambalaže Coca-Cola HBC).

Uz korišćenje Eco Vadis platforme, jedne od svetski najpouzdanijih pružalaca rejtinga održivosti poslovanja, naše strateške dobavljače ocenjujemo u sledećim oblastima: ekologija, rad i ljudska prava, etika i održiva nabavka.

Sastavni deo ugovora sa dobavljačima su i naši Vodeći principi za dobavljače, koji su obavezni za sve dobavljače. Tokom 2023. godine nisu utvrđeni negativni uticaji na društvo ili životnu sredinu ni kod jednog dobavljača kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, i nijedna saradnja sa dobavljačem nije prekinuta po tom osnovu.

2023.	Coca-Cola HBC Srbija	bambi
Broj novih registrovanih dobavljača	80	41
Procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti proceni prema kriterijumima vezanim za zaštitu životne sredine	100%	100%
Procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti proceni prema kriterijumima vezanim za društvo	100%	100%

DA LI STE ZNALI?

Jedan od ciljeva održivosti na nivou Coca-Cola HBC Grupe je da do 2025. godine 100% poljoprivrednih sirovina koje ulaze u sastav naših proizvoda bude nabavljeno iz izvora usklađenih sa principima održive poljoprivrede. Za 2023. godinu, ovaj udeo je na nivou Grupe iznosio 79%.

DAN ZELENE NABAVKE

Dobavljači su naš ključni partner za smanjenje indirektnih emisija, koje čine preko 90% emisija CO2 (emisije povezane sa sastojcima, ambalažom, transportom...). Kako bismo dobavljače dodatno edukovali, pokrenuli smo i Dan zelene nabavke, vrstu foruma na kojem zajedno sa dobavljačima delimo dobre prakse u održivom poslovanju, identifikujemo zajedničke izazove, testiramo i implementiramo nova rešenja koja vode ka manjem ekološkom otisku.

NAŠI LJUDI

NEGUJEMO POTENCIJAL NAŠIH LJUDI

Otvaramo mogućnosti za rast i razvoj naših zaposlenih

JAČANJE NAŠE KULTURE

U 2023. godini predstavili smo novi Manifest kulture, koji donosi četiri centralne vrednosti: Kupac na prvom mestu, Mi je važnije od Ja, Radimo održivo i Neka bude jednostavno, ali i odgovara na pitanje o svrsi koja nas sve ujedinjuje: otvaramo trenutke koji nas sve osvežavaju. Manifest kulture je priča o svima nama u Hellenicu – ko smo, koja je naša svrha, vizija, liderski model, vrednosti koje živimo i ponašanja na koja se obavezujemo. Upravo Manifest kulture postaje zvezda vodilja u svemu što radimo.

OXYGEN – POJEDNOSTAVLJIVANJE I UVOĐENJE PAMETNIH NAČINA RADA

Značajno smo smanjili vreme za registraciju novih dobavljača pojednostavljujući upitnik – sa pređašnjih 32 na 19 pitanja.

Oxygen je nova inicijativa Coca-Cola HBC Grupe čiji je cilj da pojednostavi procese i uvede pametne načine rada, čime će se udahnuti kiseonik celoj organizaciji, jer će se osloboditi vreme za druge aktivnosti. Samo od jedne lokalno realizovane inicijative – smanjenja broja godišnjih popisa gotove robe i repro materijala, **oslobodili smo 3.500 sati za zaposlene na godišnjem nivou.** Uz inicijative kao što su Dynamic Routing, ali i pojednostavljenje procesa u nabavci i druge, verujemo da ćemo osloboditi dodatno vreme za naše zaposlene da provedu više vremena sa kupcima, dobavljačima i u aktivnostima koje daju dodatu vrednost.

BRIGA O NAŠIM LJUDIMA – GRADIMO BUDUĆE LIDERE

Briga o zaposlenima jeste jedan od naših prioriteta. Zadržali smo fleksibilan način rada, u kojem pružamo zaposlenima veću autonomiju i ravnotežu između posla i privatnog života, kao i hibridni model u kojem zaposleni može da bira mesto odakle će raditi (izuzev u sektorima gde priroda posla zahteva drugačije, kao što je proizvodnja, distribucija). Kroz set aktivnosti u 2023. godini, revidirali smo ponudu benefita za naše zaposlene, a u kompaniji Bambi jedno od najvažnijih postignuća je uvođenje privatnog zdravstvenog osiguranja za sve zaposlene.

Nastavili smo sa merenjem zadovoljstva naših zaposlenih kroz istraživanje koje sprovodimo dva puta godišnje, bavili smo se upravljanjem performansi zaposlenih, ujedno negujući kulturu povratnih informacija. Različite funkcionalne obuke i mentorski programi, postali su standardni deo individualnih razvojnih planova koje imaju svi zaposleni (IDPs), omogućavajući im da unapređuju svoje veštine i ostvare svoj puni potencijal.

GRADIMO INKLUZIVNE TIMOVE

Znamo da je različitost važan sastojak uspešnih timova, te stoga podstičemo ovu kulturu. Uz značajno učešće žena na menadžerskim pozicijama, interno realizujemo i programe kojima podržavamo žene liderke, poput „Žene u liderstvu". Takođe, podstičemo i veće učešće žena u sektorima kao što je prodaja, i snažno podržavamo maksimu da posao nema rod niti pol, te tako u našem timu imamo i ženu na poziciji viljuškariste, koja ruši stereotipe o tipično muškim poslovima.

KAKO DO GENERACIJE Z

Privlačenje i zadržavanje talenata postalo je izazovnije nego ikad pre, posebno sa generacijom Z koja ulazi na tržište rada. Kao biznis usmeren na budućnost, na nivou Coca-Cola HBC Grupe, osmišljen je poseban internacionalni program **„Gen Z budući lideri",** koji kombinuje mentoring, učenje kroz praktičan rad i formalne obuke, a ima za cilj da od diplomaca stvori buduće lidere. Ova kampanja je do sada osvojila ukupno 10 nagrada, a deo programa bilo je i naše tržište.

Za Coca-Cola HBC Srbija stipendiste u okviru projekta „Čuvamo talente u punoj snazi" obezbedili smo mentorske sesije, dajući im na taj način priliku da upoznaju naše lidere i stiču neprocenjiva iskustva.
U velikom AIESEC istraživanju, mladi su još jednom izabrali **Coca-Cola HBC Srbija u kategoriji "lider poslodavac",** dok je **Bambi dobio nagradu Privredne komore „Prijatelj porodice".**

NAGRADILI SMO 25 NAJBOLJIH STUDENATA IZ CELE SRBIJE

LJUDSKA PRAVA, RAZLIČITOST I INKLUZIJA

Politika ljudskih prava naše dve kompanije se zasniva na međunarodnim principima o ljudskim pravima i primenjuje se u kompanijima, subjektima u kompanijskom vlasništvu ili sa većinskim udelom, kao i u objektima kojima upravljamo. Pored poštovanja ljudskih prava, izuzetno cenimo različitost naših zaposlenih, zalažemo se za jednake mogućnosti i ne prihvatamo diskriminaciju i uznemiravanje po bilo kom osnovu. Osnova za zapošljavanje i napredovanje na poslu su kvalifikacije, znanja, učinak i iskustvo. Sve ovo definisali smo kroz naše politike: Kodeks poslovnog ponašanja, Politiku ljudskih prava i Politiku jednakosti.

U slučaju kršenja prava zaposlenih, definisane su procedure. Zaposleni mogu postaviti pitanja ili prijaviti povrede politika lokalnom rukovodstvu, odeljenju za ljudske resurse ili pravnoj službi. U zavisnosti od tipa žalbe, postoji ili lice za podršku (u slučaju zlostavljanja) ili mogućnost izjašnjenja (disciplinski postupak). Takođe, i zaposleni Coca-Cola HBC Srbija i zaposleni Bambija, putem „Reci!" linije anonimno mogu da iznesu bilo koju zabrinutost ili sumnju.

Svaki upit zaposlenih pažljivo se razmatra, a cilj svih žalbenih mehanizama je da omoguće otvorenu i poverljivu komunikaciju sa zaposlenima, otklanjajući mogućnost pojave osvetoljubivog ponašanja za prijavljivanje primećenog nepoštovanja politika. **Tokom 2023. godine nije bilo zabeležnih slučajeva diskriminacije.** U istom periodu, u kompaniji Bambi nije bilo podnetih žalbi u vezi sa ljudskim pravima, dok je u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija primljena jedna žalba koja je prihvaćena kao osnovana i rezultirala je sprovedenim disciplinskim postupkom.

ZAPOSLENI

RODNA STRUKTURA, STAROSNA STRUKTURA, RASPOREĐENOST PO LOKALITETIMA, FLUKTUACIJA RADNE SNAGE

1.800 ZAPOSLENIH U COCA-COLA HBC SRBIJA I BAMBI

U 2023. godini, kompanija Coca-Cola HBC Srbija povećala je broj zaposlenih za 49 i ima 1123 zaposlenih, dok preko agencije za privremeno zapošljavanje angažuje još 444 radnika.

Jedan od ciljeva održivosti do 2025. godine na nivou Coca-Cola HBC Grupe jeste **postizanje pune rodne ravnopravnosti na menadžerskim pozicijama.** Na kraju 2023. godine, procenat žena na menadžerskim pozicijama na nivou Grupe iznosio je 41.8%. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija **žene zauzimaju 42,5%, a u kompaniji Bambi 36,96% menadžerskih pozicija.** Svesni smo da i dalje možemo puno da uradimo na ovom putu i upravo su naši programi poput **Žene u liderstvu** usmereni na povećanje broja žena na menadžerskim pozicijama i promovisanje žena liderki. Do sada je **ukupno 17 žena iz Coca-Cola HBC Srbija i Bambija učestvovalo u ovom šestomesečnom programu,** koji ima za cilj da izgradi angažovane i sposobne žene liderke, te podrži njihovu tranziciju u nove uloge i promene kulturoloških faktora koji im mogu biti prepreka na tom putu.

42,5%

Coca-Cola HBC Srbija

ŽENA NA MENADŽERSKIM POZICIJAMA

bambi **37%**

Usmereni smo i na povećanje broja žena u našim prodajnim timovima. U 2023. godini Coca-Cola HBC Srbija realizovala je jedinstvenu kampanju **"Žene u prodaji"** koja je osmišljena sa ciljem da razbije predrasude da je zanimanje u prodaji rezervisano za pripadnike muškog pola. Kroz priče naših šest koleginica pokazali smo zašto žene mogu da budu odlične u prodaji, ohrabrili ih da se prijave za posao i sada 10% naših prodajnih timova čine upravo dame. U kompaniji Bambi 35% žena čini deo sektora prodaje, a još zanimljivije je što u Nišu žene čak dominiraju u sektoru prodaje, što jasno pokazuje njihovu važnost i doprinos kompaniji.

U narednim tabelama možete pogledati detaljniju strukturu zaposlenih po načinu angažovanja, rodu, lokalitetima, kao i starosnu strukturu i podatke o fluktuaciji radne snage za obe kompanije.

Coca-Cola HBC Srbija

	ZAPOSLENI – RODNA STRUKTURA			ZAPOSLENI – PO LOKALITETIMA		
	MUŠKARCI	ŽENE	UKUPNO	BEOGRAD	VLASINKA	UKUPNO
Broj zaposlenih	838	285	1123	972	151	1123
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	753	239	992	884	108	992
Broj zaposlenih na određeno vreme	85	46	131	88	43	131
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	1	4	5	5	0	5
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	838	285	1123	972	151	1123

Coca-Cola HBC Srbija

	DRUGI RADNICI/TREĆA LICA*		
	ŽENE	MUŠKARCI	UKUPNO
Broj radnika - treća lica	371	73	444

*termin "treća lica" odnosi se na radnike koji zasnivaju radni odnos sa agencijom za privremeno zapošljavanje, koja ih upućuje na rad u Coca-Cola HBC Srbija. Ovi radnici angažovani su u administraciji, prodaji, magacinu, i proizvodnji

bambi

	ZAPOSLENI – RODNA STRUKTURA			ZAPOSLENI – PO LOKALITETIMA		
	MUŠKARCI	ŽENE	UKUPNO	POŽAREVAC	BEOGRAD	UKUPNO
Broj zaposlenih	272	405	677	573	104	677
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	253	374	627	534	93	627
Broj zaposlenih na određeno vreme	19	31	50	39	11	50
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	-	-	-	-	-	-
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	272	405	677	573	104	677

bambi

	DRUGI RADNICI/TREĆA LICA*		
	ŽENE	MUŠKARCI	UKUPNO
Broj radnika - treća lica	144	65	209

* termin "treća lica" odnosi se na radnike koji nisu zaposleni kompanije, ali kompanija ima kontrolu nad njihovim radom. U kompaniji Bambi ovi radnici angažovani su na operativnim poslovima (u proizvodnji, prodaji, magacinima i KOPAK-u); administrativnim poslovima (u servisu kupaca, marketingu i predstavništvu), i saradničkim poslovima (u istraživanju i razvoju, ljudskim resursima i finansijama, putem ugovora na određeno ili neodređeno vreme a agencijama za privremeno angažovanje.

	STAROSNA STRUKTURA ZAPOSLENIH			STAROSNA STRUKTURA PREDSTAVNIKA UPRAVLJAČKIH TELA		
2023.	ISPOD 30 GOD.	30–50 GOD.	PREKO 50 GOD.	ISPOD 30 GOD.	30–50 GOD.	PREKO 50 GOD.
Coca-Cola HBC Srbija	19%	68%	13%	-	80%	20%
bambi	10,34%	52,88%	36,78%	-	87,5%	12,5%

Coca-Cola HBC Srbija

STAROSNA STRUKTURA ZAPOSLENIH KOJI SU NAPUSTILI KOMPANIJU	2023	
	MUŠKARCI	ŽENE
<30	24	12
30–50	55	10
>50	4	1
Ukupno	83	23

Coca-Cola HBC Srbija

FLUKTUACIJA RADNE SNAGE	2023	
	MUŠKARCI	ŽENE
Novozaposleni	96	61
Zaposleni koji su napustili kompaniju	83	23
STOPA FLUKTUACIJE		
2023.	9%	

bambi

STAROSNA STRUKTURA ZAPOSLENIH KOJI SU NAPUSTILI KOMPANIJU	2023	
	MUŠKARCI	ŽENE
<30	4	4
30–50	13	15
>50	3	6
Ukupno	20	25

bambi

FLUKTUACIJA RADNE SNAGE	2023	
	MUŠKARCI	ŽENE
Novozaposleni	29	47
Zaposleni koji su napustili kompaniju	20	25
STOPA FLUKTUACIJE		
2023.	4,52%	

Prijatelj porodice 2023

Kompanija Bambi je dobila nagradu Privredne komore Srbije „Prijatelj porodice 2023". Prepoznati smo kao kompanija koja je na najbolji način uspela da doprinese usklađivanju rada i roditeljstva, odnosno poslovnih i porodičnih obaveza svojih zaposlenih.

Pravo na porodiljsko odsustvo i odsustvo sa rada radi nege deteta imaju svi zaposleni, a posebno podržavamo njihov povratak na radno mesto po isteku odsustva. Tokom 2023. godine, 16 koleginica i 1 kolega u kompaniji Coca-Cola HBC, kao i 10 koleginica u kompaniji Bambi, iskoristili su pravo na porodiljsko odsustvo i odsustvo sa rada radi nege deteta. U Coca-Cola HBC, stopa povratka na radno mesto po isteku odsustva iznosi 75% za žene i 100% za muškarce, dok stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznosi takođe 75%. U Bambiju, stopa povratka na radno mesto po povratku sa porodiljskog odsustva i odsustva sa rada radi nege deteta i stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku, iznose 88,89%.

ZDRAVLJE I BEZBEDNOST

Zdravlje i bezbednost naših ljudi je od izuzetnog značaja, zbog čega se stalno fokusiramo na poboljšanje ovog sistema. Pored zakonske regulative koju primenjujemo u punom obimu, obe kompanije imaju definisane politike: Politika zaštite zdravlja i bezbednosti na radu (Coca-Cola HBC) i Politika integrisanog sistema upravljanja (Bambi). Dodatno, obe kompanije imaju implementiran i sertifikovan sistem menadžmenta bezbednošću i zdravljem na radu prema zahtevima standarda ISO 45001:2018, a Coca-Cola HBC Srbija primenjuje i standarde Grupe, kao i TCCC KORE standarde u vezi sa bezbednošću na radu.

Pri beleženju i statističkom izveštavanju o nesrećama u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija se primenjuju dva standarda: lokalni i standard Coca-Cola HBC Grupe, koji je usklađen sa standardima Međunarodne organizacije rada. U slučaju nesreće, postupa se prema onom standardu koji je stroži za datu situaciju. U kompaniji Bambi se primenjuje standard koji je usklađen sa standardima Međunarodne organizacije rada. Obe kompanije u svoje izveštaje uključuju i manje povrede (first-aid level injuries).

Izuzetno smo ponosni što možemo saopštiti da **tokom 2023. godine u našim kompanijama nije bilo nesreća sa fatalnim ishodom, kao ni profesionalnih oboljenja.** U kompaniji Bambi zabeleženo je ukupno 8 povreda na radu, od kojih su 2 teže povrede. Glavni tipovi povreda su povrede usled padova, spoticanja i klizanja, te izvođenje operacija na drugačiji način od uputstva za rukovanje opremom. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija zabeležene su 3 povrede na radu kod zaposlenih, 3 povrede na radu radno angažovanih i 3 povrede na radu nezavisnih podizvođača. Glavni tipovi povreda su saobraćajne nezgode, zatim rukovanje opremom i alatom, kao i pad sa visine.

STOPA ZABELEŽENIH POVREDA NA RADU – 2023.	Coca-Cola HBC Srbija	bambi
Zaposleni	0,30	1,4
Radno angažovani	0,63	-
Nezavisni podizvođači	1,71	-

STOPA TEŠKIH POVREDA NA RADU – 2023.	Coca-Cola HBC Srbija	bambi
Zaposleni	-	0,3
Radno angažovani	-	-
Nezavisni podizvođači	-	-

Kao ključne alate u upravljanju zdravljem i bezbednošću na radu koristimo procese identifikacije opasnosti, procene rizika i upravljanja rizicima.
Pitanja bezbednosti i zdravlja na radu obuhvaćena su i Kolektivnim ugovorom u obe kompanije. U obe kompanije postoje **odbori za bezbednost i zdravlje na radu,** koji se sastoje od predstavnika zaposlenih i predstavnika poslodavaca i kroz odbore se predlažu mere, izmene i dopune akata i razmatraju druga pitanja iz ove oblasti.

Opasnosti u vezi sa radom zaposleni mogu da prijave usmeno ili pismeno svom rukovodiocu, odgovornom licu za zdravlje i bezbednost na radu, kao i odboru, ali i kroz posebne programe: „Near Miss" i Bezbednost zasnovana na ponašanju, kao i posebnu „Reci" liniju. U kompaniji Bambi, putem aplikacije „Predlog za poboljšanje", sistematski se radi na uključivanju zaposlenih u davanje predloga rešenja za povećanje bezbednosti.

Posebnu pažnju posvećujemo obukama, pa tako obuke prolaze svi novozaposleni, periodično i svi zaposleni. Naše dve kompanije zajedno su realizovale dve kampanje posvećene temi zdravlja i bezbednosti na radu: jednu u aprilu, povodom Svetskog dana bezbednosti, pod sloganom **„Primeti, reci, učini nešto. Ostani bezbedan zbog onih koje voliš"**, dok smo drugu realizovali u novembru 2023. Na jednom od treninga, „Safe & Eco drive", prisustvovalo je 700 naših zaposlenih. Pokrenuli smo i **našu aplikaciju za bezbednost i zdravlje na radu,** koja je dostupna na svim kompanijskim mobilnim telefonima i pomoći će u građenju kulture bezbednosti u našoj kompaniji.

DOBROBIT ZAPOSLENIH I SISTEM NAGRAĐIVANJA

DOBROBIT ZAPOSLENIH

Posvećeno negujemo kulturu koja akcenat stavlja na dobrobit naših zaposlenih. Tu pre svega mislimo na fizičko, mentalno, finansijsko i socijalno blagostanje.

Pored zakonski zagarantovanih prava na porodiljsko odsustvo i otpremninu pri odlasku u penziju, zaposleni u obe kompanije imaju i privatno zdravstveno osiguranje, kao i životno osiguranje, dok zaposleni u kompaniji Bambi imaju i pravo na sticanje vlasništva nad akcijama. Zaposleni čije pozicije to zahtevaju, jednom godišnje imaju plaćen sistematski pregled, dok zaposleni čije pozicije ne zahtevaju obavezan sistematski pregled ovaj benefit mogu koristiti na dobrovoljnoj bazi, jednom godišnje.

Kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi zaposlenima pružaju izuzetno konkurentan sistem nagrađivanja:

- Mesečni i godišnji **bonus**, u zavisnosti od tipa pozicije
- **Specijalne nagrade** za ostvarenje rezultata
- **Jubilarne nagrade** za zaposlene koji su 10, 20, 30, 35 i 40 godina u kompaniji
- Poklon **čestitku za rođenje deteta**
- **Solidarnu pomoć** u slučaju smrti člana uže porodice ili smrti zaposlenog, kada postoji i mogućnost stipendiranja dece zaposlenog
- **Poklon pakete proizvoda** dva puta godišnje, kao i novogodišnje paketiće za decu zaposlenih
- **Popuste za kupovinu robe i usluga** prema ostvarenim saradnjama
- **Više dana godišnjeg odmora** i plaćenog odsustva od zakonskog minimuma
- Po **1 dan plaćenog odsustva** za rođendan zaposlenog i **prvi dan kada deca zaposlenih polaze u vrtić/školu** (primenjuje Coca-Cola HBC Srbija)
- **10 dana plaćenog odsustva za očeve zbog rođenja deteta** (Coca-Cola HBC), odnosno **5 dana za rođenje deteta + 1 dan za prvi pregled** (Bambi)

PROMOVISANJE ZDRAVOG NAČINA ŽIVOTA

Tema zdravog načina života izuzetno je značajna, a naša dva kolektiva pokazuju i u praksi kako se ostvaruju timski rezultati i brine o zdravlju. Ukupno **90 koleginica i kolega** iz kompanija Bambi i Coca-Cola HBC Srbija, **odlučili su da istrče „desetku" i polumaraton** u sklopu manifestacije 37. Beogradski maraton. Nekome su to bili prvi prolasci kroz finiš liniju, nekima trčanje za najbolje prolazno vreme, nekima potvrda da mogu pobediti sebe – i zato su svi oni za nas pobednici! Od 2024. godine, Coca-Cola sistem u Srbiji je jedan od partnera Maratona, uz Powerade i Rosa vodu kao oficijelno piće ove najveće sportske manifestacije u Srbiji.

ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIH I SARADNJA

KOLEKTIVNI UGOVOR

Svi zaposleni u naše dve kompanije imaju pravo na formiranje sindikalnih organizacija, kao i pridruživanje istim. U slučajevima kada zaposlene zastupaju sindikalne organizacije koje su priznate zakonom, zalažemo se za uspostavljanje konstruktivnog dijaloga sa njihovim predstavnicima.

Svi zaposleni obuhvaćeni su kolektivnim ugovorom. Prilikom donošenja velikih poslovnih odluka, kao i kada je reč o pitanjima od zajedničkog interesa, Coca-Cola HBC Srbija konsultuje svoje zaposlene, sindikate, kao i kancelariju Evropskog Saveta za pitanja rada. Kompanija je definisala rok od 30 dana za blagovremeno informisanje zaposlenih o strateškim promenama u poslovanju koje bi mogle uticati na njih. U kompaniji Bambi, definisani rok za informisanje o strateškim promenama u poslovanju iznosi osam dana.

DVA PUTA GODIŠNJE MERIMO ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIH

Sa ciljem da gradimo bolje radno okruženje za sve nas, podstičemo otvorenu komunikaciju i kulturu davanja povratne informacije, a takođe imamo razvijene mehanizme u vidu istraživanja kojim merimo zadovoljstvo zaposlenih. U istraživanju **"My Voice"** svi odgovori zaposlenih su anonomni, a anketu realizuje nezavisna konsultantska kuća. My Voice istraživanje od 2019. godine realizuje se svake dve godine, dok se u periodu između velikih istraživanja dva puta godišnje realizuje My Voice Pulse, kratka anketa usmerena na ispitivanje ključnih pitanja iz oblasti biznisa i indeksa privrženosti i zadovoljstva zaposlenih. Od 2022. godine ovo istraživanje obavlja se i u kompaniji Bambi, dok je u 2023. istraživanje usklađeno sa našim novim vrednostima i liderskim modelom. Na osnovu rezultata pravimo planove i sprovodimo akcije sa ciljem poboljšanja radnog okruženja.

My Voice, septembar 2023.

Veruje u strateške prioritete CCHBC	Ponosni što su deo CCHBC	Preporučilo bi CCHBC kao poslodavca
91% Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora	93% Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora	89% Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora
83% bambi	88% bambi	77% bambi

Takođe želimo da kontinuirano razvijamo saradnju među različitim funkcijama u okviru kompanije. Kroz istraživanje **"Collaborating for impact"** zaposleni imaju mogućnost da ocene stepen zadovoljstva saradnjom sa određenom funkcijom i daju predloge za unapređenje iste. Na ovaj način, stvaramo bolje razumevanje među različitim funkcijama i timovima, i živimo našu vrednost "MI je važnije od JA".

Značajan na putu našeg rasta, kao kompanije, ali i pojedinaca, jeste okvir kojim merimo performans svakog zaposlenog, **Performance for Growth (P4G).** Sadrži tri ključna modula, kako bi podržao učinak svakog zaposlenog tokom cele godine. To su mesečni razgovori sa rukovodiocem, kvartalna procena učinka i godišnji presek. Svi ovi moduli podstiču kontinuiranu otvorenu komunikaciju između zaposlenog i rukovodioca, dajući prostor za diskusiju o poslovnim prioritetima, izazovima, učinku, snagama i oblastima za razvoj. Od 2023. kompanija Bambi je takođe počela da primenjuje ovaj model praćenja učinka zaposlenih. Kroz P4G u 2023. prošlo je 96% zaposlenih kompanije Coca-Cola HBC (izuzimajući zaposlene koji su na dugoročnim bolovanjima ili porodiljskom odsustvu), kao i 100% zaposlenih kompanije Bambi.

GRADIMO FEEDBACK KULTURU

Svi zaposleni imaju priliku da kroz online upitnik pruže povratnu informaciju. Ova kultura se ohrabruje i podstiče na svim nivoima, kako horizontalno (među kolegama), tako i vertikalno (ka rukovodicu).

Ovo je važan alat, koji pomaže rukovodiocima da budu još bolji u vođenju svojih timova, a zaposlenima da otkriju potencijal za rast.

88 **ZAPOSLENIH COCA-COLA HBC SRBIJA I BAMBI ZAPOČELO JE PROGRAME UBRZANOG LIDERSKOG RAZVOJA**

RAZVOJ ZAPOSLENIH

Naši ljudi su pokretač našeg rasta i zato želimo da rastemo zajedno. Naše dve kompanije zaposlenima pružaju interne i eksterne programe obuke, s ciljem da razviju neophodne funkcionalne veštine za obavljanje posla, ali i liderske veštine.

Tako svi zaposleni na posebnoj online platformi mogu da pristupe treninzima koji pokrivaju širok spektar tema, ali takođe mogu da se razvijaju i kroz praktični rad, odnosno učešće u nekom projektu ili učenje od drugih (mentorstvo i koučing). Pored ovih, imamo i programe ubrzanog liderskog razvoja (Passion to Lead, Fast Forward, Excel i Women in Leadership), koje je u 2023. godini započelo 60 zaposlenih u Coca-Cola HBC Srbija i 28 zaposlenih u Bambiju, ali i programe kojim razvijamo naše prodajne i kapacitete u lancu snabdevanja (Sales Academy, Supply Chain Academy).

Krajem godine, pokrenuta je i Bambi Sales akademija, program za razvoj talenata nastao sinergijom najboljih praksi Coca-Cola HBC i Bambija, ali potpuno prilagođen konditorskoj industriji. Pored programa za prodavce i merčendajzere, na akademiji su dostupne edukacije i za supervizore i menadžere prodaje. Organizaciona struktura Bambija tokom 2023. godine je doživela promene u svim funkcijama kako bismo bolje odgovorili na dinamične potrebe tržišta. U sklopu uvođenja agilnijih i fleksibilnijih timova, koji nam omogućavaju da brže reagujemo na promene, ali i da brže inoviramo uveden je Innovation framework, inicijativa posvećena razvoju inovativnog pristupa i inovacionih veština.

Podržavamo naše ljude da ostvare svoj puni potencijal, pa je tako Coca-Cola HBC Srbija zaposlenima pružila 26.695 sati obuke u 2023. godini, Bambi je pružio 4.646 sati obuke.

UKUPAN BROJ SATI OBUKE

	Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora	bambi
2023.	26.695,98	4.646

PROSEČAN BROJ SATI OBUKE GODIŠNJE PO ZAPOSLENOM

	Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora	bambi
2023.	23,77	6,86

2023.	Ukupan broj sati obuke prema polu		Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu	
	muškarci	žene	muškarci	žene
Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora	20.927,43	5.768.55	24,97	20,25
bambi	2.214,00	2.432,00	8,14	6,00

ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

ZAVREĐUJEMO POVERENJE ZAJEDNICA U KOJIM POSLUJEMO

LIDERI U ODRŽIVOSTI

Kao deo Coca-Cola HBC Grupe, ponosni smo što je ova kompanija **sedmi put zaredom proglašena za najodrživiju svetsku kompaniju u kategoriji proizvodnje pića** prema Dau Džons indeksu održivosti za 2023. godinu, koji predstavlja jedan od vodećih globalnih standarda korporativne održivosti. Ovo je ujedno i 13. uzastopna godina da Coca-Cola HBC zauzima jedno od tri vodeća mesta na listi.

NAŠE NAGRADE ZA ODRŽIVO POSLOVANJE

Zahvaljujući posvećenosti borbi protiv klimatskih promena i zaštiti vodnih resursa, Coca-Cola HBC rangirana je i **kao lider u industriji na CDP listi** (Carbon Disclosure Project, kojim se meri učinak kompanije na polju klimatskih promena), čime se pridružila malom broju kompanija koje su postigle čak dvostruku ocenu A – za klimu i za vodu. Godišnje CDP-ovo objavljivanje podataka o životnoj sredini i proces bodovanja su široko priznati kao zlatni standard korporativne transparentnosti.

Ovi uspesi rezultat su jasne vizije i postavljenih ciljeva održivosti, odvažnosti i kontinuiranih investicija u tehnologiju i inovacije, ali i saradnje sa našim dobavljačima i partnerima. Znamo da je i dalje pred nama puno posla i ostajemo posvećeni da budemo deo rešenja, smanjujući naš uticaj na životnu sredinu kroz čitav lanac vrednosti.

NAŠ PRISTUP ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE

Strategija i ciljevi zaštite životne sredine uključeni su u proces poslovnog planiranja, dok kroz redovne obuke podižemo svest i unapređujemo kompetencije zaposlenih u ovoj oblasti. Naš pristup podrazumeva aktivnu saradnju sa našim poslovnim partnerima i svim drugim zainteresovanim stranama, kako bismo razvili održiva rešenja i smanjili naš uticaj na životnu sredinu.

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi imaju implementiran i sertifikovan međunarodno priznat sistem ISO 14001 u upravljanju životnom sredinom, koji podrazumeva da:

- Poštujemo nacionalne zakonske propise o zaštiti životne sredine i druge relevantne propise;
- Imamo usvojene politike za oblasti u kojima ostvarujemo najveći uticaj (obe kompanije imaju usvojene Politiku zaštite životne sredine, Politiku o klimatskim promenama i Politiku upravljanja vodnim resursima, dok se u Coca-Cola HBC Srbija primenjuje i Politika upravljanja ambalažnim otpadom);
- Radimo na kontinuiranim poboljšanjima u oblasti zaštite životne sredine i prevenciji negativnih uticaja;
- Imamo sistemski način upravljanja zaštitom životne sredine, koji doprinosi postizanju optimalnih rezultata,
- Imamo vlastitu dobru praksu upravljanja zaštitom životne sredine.

Naše poslovanje u potpunosti je usklađeno sa važećim zakonima i propisima o zaštiti životne sredine, **i prilikom sprovedenih inspekcijskih nadzora u 2023. godini, nisu konstatovane neusaglašenosti**. Interne i eksterne zainteresovane strane mogu podneti prigovore u vezi sa životnom sredinom putem zvaničnog i-mejla i telefona dostupnih na vebsajtu obe kompanije, a tokom 2023. na ovaj način nije upućen ni jedan prigovor.

EKOLOŠKI PARAMETRI KOJE PRATIMO

U svim punionicama Coca-Cola HBC se prate sledeći ekološki parametri:

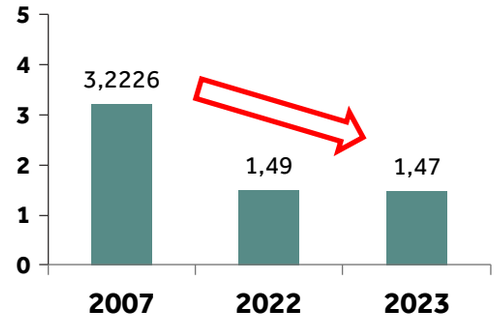
- potrošnja energije (u megadžulima po litru proizvedenog pića)
- potrošnja vode (u litrima po litru proizvedenog pića)
- ukupno generisan otpad (u gramima po litru proizvedenog pića)
- recikliran otpad (procenat recikliranog otpada u odnosu na ukupno generisan otpad)
- otpad koji se odlaže na deponiju (u gramima po litru proizvedenog pića)
- CO2 emisije (u tonama i u gramima po litru proizvedenog pića)

Ovi parametri i dostizanje ciljeva se prate na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou i o njima se izveštava top menadžment, kao i Coca-Cola HBC Grupa. U planiranje i računanje ekoloških parametara uključeni su svi procesi u punionicama, od administracije, preko proizvodnje do skladištenja. Navedene ekološke parametre pratimo i u našim distributivnim centrima.

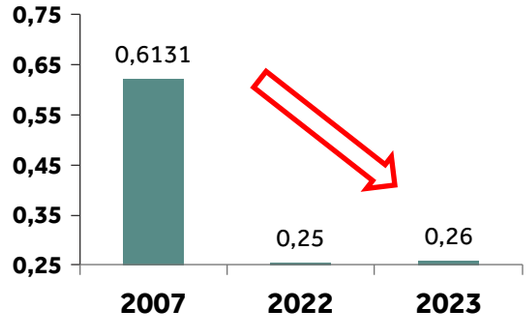
	Potrošnja vode				Potrošnja energije				Generisan otpad				Recikliran otpad			
	L/L proizvedenog pića				MJ/ L proizvedenog pića				g/L proizvedenog pića				%			
	Srbija	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Srbija	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Srbija	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Srbija	Beograd	Vlasinka	Neresnica
2007	3.22	2.41	1.47		0.61	0.51	0.21		12.335	12.2712	0.7628		86.15%	90.26%	73.51%	
2019	1.49	1.55	1.33		0.29	0.36	0.14		5.79	7.95	0.30		99.11%	99.13%	98.01%	
2020	1.51	1.58	1.33		0.29	0.35	0.14		5.35	7.34	0.28		99.22%	99.24%	98.01%	
2021	1.50	1.56	1.33		0.27	0.32	0.14		3.85	5.21	0.33		99.27%	99.29%	98.71%	
2022	1.49	1.54	1.33		0.25	0.29	0.14		3.36	4.36	0.51		99.34%	99.36%	98.77%	
2023	1.47	1.55	1.30		0.26	0.31	0.14		3.18	4.28	0.58		99.51%	99.51%	99.44%	
2024 BP	1.47	1.54	1.30	1.72	0.25	0.30	0.14	0.52	3.13	4.32	0.52	5.85	99.61%	99.89%	99.32%	
2019 vs 2007	-53.80%	-36%	-9%		-52%	-30%	-35%		-53%	-35%	-61%	na	15.0%	9.8%	33.3%	
2020 vs 2007	-53.14%	-34.70%	-9.55%		-53%	-31%	-35%		-57%	-40%	-63%		15.2%	10.0%	33.3%	
2021 vs 2007	-53.45%	-35.53%	-9.55%		-56%	-37%	-35%		-69%	-58%	-57%		15.2%	10.0%	34.3%	
2022 vs 2007	-53.76%	-36.35%	-9.55%		-59%	-43%	-35.36%		-73%	-64%	-33.14%		15.3%	10.1%	34.37%	
2023 vs 2007	**-54.38%**	**-35.94%**	**-11.59%**		**-58%**	**-39%**	**-35.36%**		**-74%**	**-65%**	**-23.96%**		**15.5%**	**10.2%**	**35.28%**	

Coca-Cola HBC Srbija

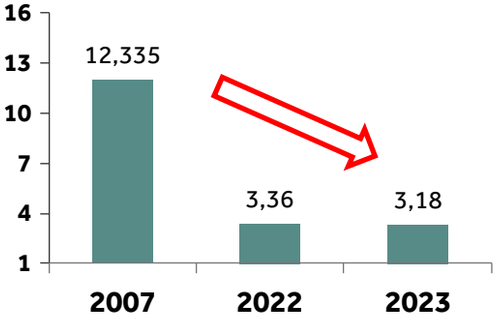
POTROŠNJA VODE
L/L proizvedenog pića



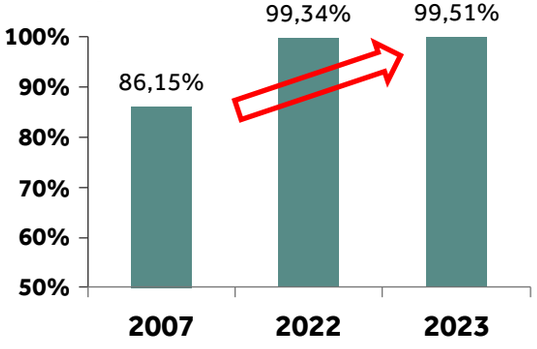
POTROŠNJA ENERGIJE
MJ/L proizvedenog pića



GENERISAN OTPAD
g/L proizvedenog pića



RECIKLIRAN OTPAD
% ukupnog otpada



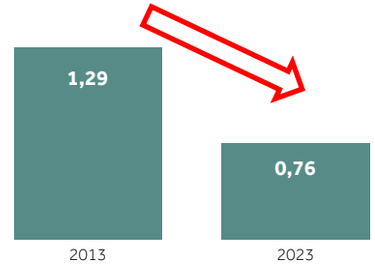
Kompanija Bambi prati sledeće ekološke parametre, po toni prozivoda:

- Specifična potrošnja vode (m³/t)
- Ukupna potrošnja vode (m³)
- Ukupne količine generisanog otpada na lokaciji fabrike i van lokacije fabrike (t)
- Ukupna potrošnja energije (kWh)
- Udeo zbrinutog otpada sa lokacije fabrike (%)
- Količina komunalnog otpada (t)
- CO_2 emisije (tCO2e)

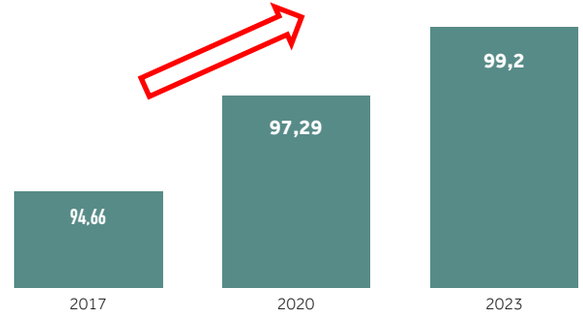
Kompanija na početku godine definiše ciljeve za smanjenje potrošnje prirodnih resursa. Praćenje ciljeva se vrši na mesečnom nivou, a preispitivanje na godišnjem nivou. U distributivnom centru (outsource proces 3PL), takođe se prate GHG emisije. U računanje ekoloških parametara su, osim proizvodnje, uključeni i svi procesi u administraciji.

bambi

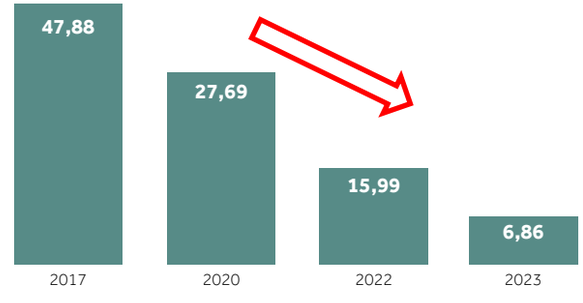
SPECIFIČNA POTROŠNJA VODE
m3/t proizvoda



ZBRINUTI OTPAD NA LOKACIJI
(%)



KOLIČINA KOMUNALNOG OTPADA
(T)



KLIMA

Klimatske promene su jedan od najznačajnijih rizika za dugoročnu održivost našeg poslovanja. U srednjem i dužem roku, klimatske promene mogu uticati na rast cena sirovina, troškove smanjenja karbonskih emisija, kao i na regulatorno okruženje. Iz navedenih razloga, proaktivno pristupamo temi klimatskih promena, kroz prilagođavanja poslovne strategije i kapitalne investicije.

U upravljanje ovom oblašću uključene su sledeće pozicije u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija:

- Direktor/ka lanca snabdevanja
- Menadžeri/ke punionica sa svojim timovima
- Menadžer/ka za kvalitet, bezbednost i životnu sredinu (na nivou biznis jedinice)
- Menadžer/ka inženjeringa na nivou zemlje
- Menadžer/ka logistike
- Direktor/ka korporativnih poslova i održivosti sa svojim timom

PUT KA NET ZERO EMISIJAMA

U 2021. godini, **obavezali smo se da postignemo nulte emisije ugljen-dioksida** u čitavom našem lancu vrednosti do 2040. godine. Više o ovome možete pročitati možete pročitati na stranici 13. U našem planu za postizanje nulte emisije, početna tačka je 2017. godina, koja je osnovica za naše ciljeve zasnovane na nauci.

Do kraja 2023. godine, Coca-Cola HBC Srbija smanjila je emisije iz opsega 1 i 2 za 73%, a u sva tri opsega naše apsolutne emisije povećane su za 4% u poređenju sa 2017. godinom, usled povećanja obima proizvodnje.

Direktne emisije (Opseg 1 + 2) **čine 3% naših ukupnih emisija** i ovde najveći udeo imaju emisije iz voznog parka i punionica. Oko **97% emisija generiše se iz izvora koji nisu pod našom kontrolom**, odnosno u lancu vrednosti. Najveći udeo u indirektnim emisijama imaju emisije iz proizvodnje sirovina, zatim ambalaža i rashladna oprema. Zbog toga je posebno važno da radimo sa našim dobavljačima i partnerima. Zajedno sa Coca-Cola sistemom, do sada smo inicirali partnerstva za održivost sa 20 ključnih dobavljača, koji predstavljaju 50% naših emisija iz Opseg 3. Ohrabrujemo naše dobavljače i partnere, posebno u oblastima ambalaže i sirovina, da utvrde sopstvene ciljeve smanjenja emisija do

73%

MANJE DIREKTNE EMISIJE CO_2 U ODNOSU NA 2017.

Coca-Cola HBC

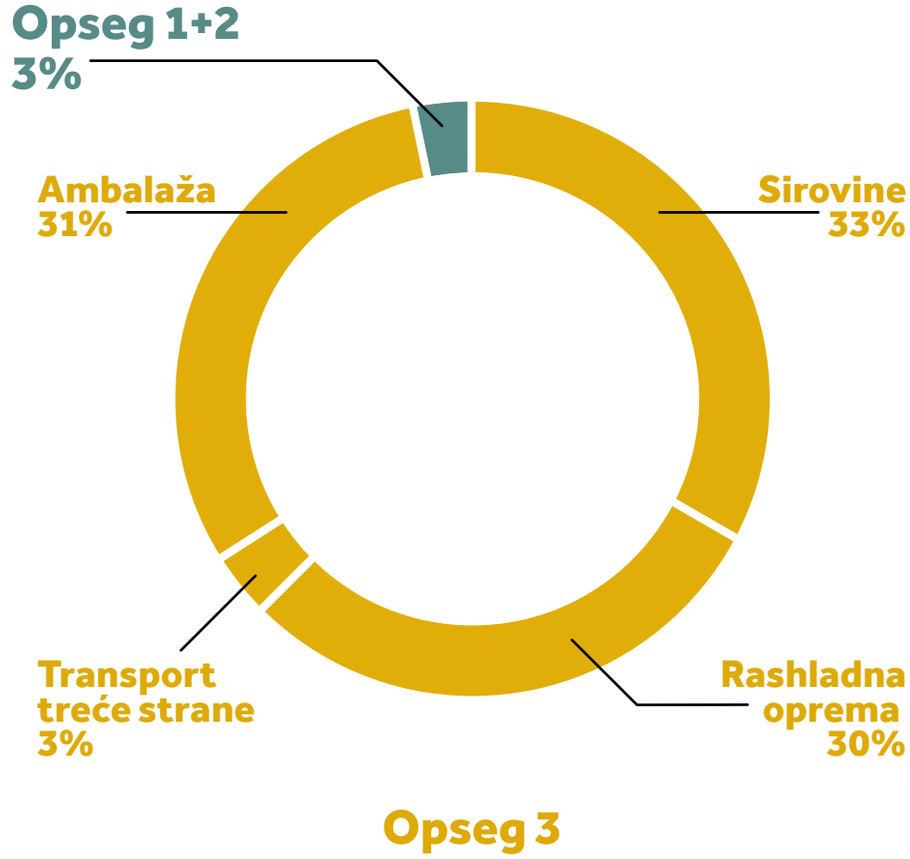
DA LI STE ZNALI DA NAJVEĆI UDEO U CO2 EMISIJAMA ČINE:

- PROIZVODNJA SIROVINA
- AMBALAŽA
- RASHLADNA OPREMA

Coca-Cola HBC Srbija	Jedinica	Opis	Opseg
2.685,6	tona	CO_2 iz punionica	Opseg 1
3.379,2	tona	CO_2 iz voznog parka	
182,9	tona	rashladni medijum u CDE	
1.137,3	tona	karbonizacija proizvoda (gubici)	
16,9	tona	CO_2 iz potrošnje goriva DC	
0,0	tona	CO_2 iz kupljene el.energije	Opseg 2
262,0	tona	CO_2 iz potrošnje el.energije DC	
3.627,8	tona	CO_2 u proizvodu	Opseg 3
73.364,0	tona	CO_2 iz potrošnje električne energije u CDE	
8.618,8	tona	ukupna CO_2 emisija iz transporta treće strane	
69.458,7	tona	CO_2 iz primarnog pakovanja	
6.528,8	tona	CO_2 iz sekundarnog pakovanja	
10.009,0	tona	CO_2 emisije iz koncentrata za sokove	
66.896,8	tona	CO_2 iz šećera i zaslađivača	
20,3	tona	CO_2 iz potrošnje goriva u iznajmljenim RP	
314,4	tona	CO_2 iz potrošnje električne energije u iznajmljenim RP	
246.502,7			**Ukupno 1+2+3**

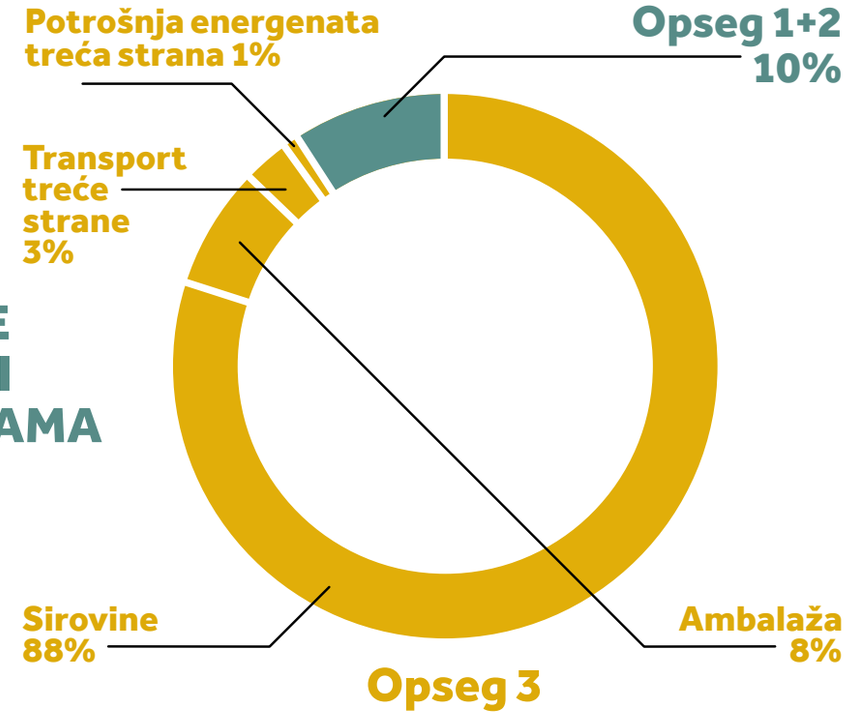
Coca-Cola HBC Srbija

CO2 EMISIJE PO OPSEGU I KATEGORIJAMA



bambi	Jedinica	OPIS	Opseg
4.095	tona	CO_2 iz potrošnje prirodnog gasa	Opseg 1
829	tona	CO_2 iz voznog parka	
684 -2,81%	tona	CO_2 iz upotrebe rashladnih medijuma	
32	tona	CO_2 iz potrošnje goriva (ostalo)	
0	tona	CO_2 iz kupljene el.energije	Opseg 2
58	tona	CO_2 iz potrošene el.energije skladištenje	
583	tona	CO_2 iz potrošnje toplovodne energije	
46.925	tona	CO_2 iz sirovina	Opseg 3
4.398	tona	CO_2 iz pakovanja	
1.687	tona	CO_2 iz transporta treće strane	
184	tona	CO_2 iz potrošene el.energije treće strane (outsource)	
239	tona	CO_2 iz potrošene el.energije u iznajmljenim prostorima	
31	tona	CO_2 iz potrošnje prirodnog gasa treće strane	
235	tona	CO_2 iz upotrebe rashaldnog medijuma u iznajmljenim prostorima	
20	tona	CO_2 iz nastalog otpada	
5	tona	CO_2 iz snabdevanja vodom	
4	tona	CO_2 iz nastalih otpadnih voda	
60.009	**tona**	**UKUPNO 1+2+3**	

CO2 EMISIJE PO OPSEGU I KATEGORIJAMA



Ciljevima održivosti do 2030. godine, Bambi se obavezao na smanjenje ukupnih GHG emisija za 25% u odnosu na baznu 2017. godinu. Programima, a pre svega upotrebom 100% zelene energije na lokaciji fabrike, ostvareno je smanjenje Opsega 1+2 za 46,69 % u odnosu na 2017. godinu. Kada je u pitanju ukupno smanjenje GHG emisija (Opseg 1+2+3), ono iznosi 2.81% u odnosu na 2022. godinu, dok je procenat smanjenja u odnosu na 2017. godinu 5.35.

U direktnim emisijama kompanije Bambi (Opseg 1+2), najveći udeo imaju emisije usled potrošnje prirodnog gasa i toplovodne energije. U indirektnim emisijama (Opseg 3), najveći udeo imaju emisije usled proizvodnje sirovina, materijala za pakovanje i raznih vidova transporta.

Kad su sirovine u pitanju, kao pojedinačno najveći učesnik u emisijama, polovina emisija koje potiču od sirovina odnosi se na sastojke životinjskog porekla (mleka i mlečnih proizvoda), bez obzira što je njihov količinski udeo u Bambi proizvodima znatno niži od sastojaka biljnog porekla.

NAŠI KLJUČNI PROJEKTI

Coca-Cola HBC Srbija | bambi

Opseg 1 **Green Fleet**
(zeleni vozni park)

Opseg 2 **Korišćenje energije iz obnovljivih izvora, Projekti za optimizaciju upotrebe energije**

Opseg 3 **Ambalaža** (smanjenje težine ambalaže, zamena plastike u sekundarnim pakovanjima, uklanjanje slojeva na paletama), **Sirovine** (opcije sa manje ili bez šećera, održivo snabdevanje), **Rashladna oprema** (energetski efikasni rashladni uređaji), **Rad sa dobavljačima na smanjenju emisija**.

DIREKTNE EMISIJE

„ZELENI“ VOZNI PARK

U 2023. godini nastavili smo naš put ka „zelenijem“ voznom parku, koristeći goriva sa značajno manje emisija. Od ukupno 788 vozila u voznom parku kompanije Coca-Cola HBC Srbija, 721 su „zelena“ vozila (hibridna i na pogon sa LPG), dok su od 192 vozila kompanije Bambi ukupno 126 vozila sa čistijim gorivom kao pogonom.

Obe kompanije za sva laka putnička vozila voznog parka prate potrošnju goriva, pređenu kilometražu i emisije gasova koje nastaju upotrebom vozila. Ovi izveštaji mesečno se dostavljaju rukovodstvu, kao i Coca-Cola HBC Grupi.

Smanjujemo emisije i promenom transporta koji koristimo za naše proizvode, dajući prednost dobavljačima koji žele da koriste održivija goriva. Tako je u 2023, Coca-Cola HBC Srbija u odnosu na 2022. godinu zamenila dodatnih 8 kamiona na dizel gorivo kamionima koji za pogon koriste komprimovani prirodni gas (CNG) i utečnjeni prirodni gas (LNG). **CNG kamiona na kraju 2023. godine imali smo 15**, i na ovaj način, zajedno sa partnerima, smanjili smo CO2 emisiju za **477 tona za godinu!** Nastavljen je i pilot projekat iznajmljivanja električnih kombi vozila za distribuciju u centru Beograda. Trenutno imamo 2 električna vozila koja emituju 4 tone manje CO2 na godišnjem nivou.

Bambi je takođe nabavio dva električna vozila za rad na lokaciji, i to za kontrolu prijema materijala i za prikupljanje i prevoz otpada. Pored smanjenja emisija gasova, ova vozila znatno utiču i na povećanje bezbednosti zaposlenih.

Cilj je obe kompanije je da do 2030. godine u potpunosti imaju „zeleni“ vozni park, upotrebom vozila na hibridni, poluhibridni i električni pogon.

91,5%
„zelenih” vozila u floti Coca-Cola HBC Srbija

65%
„zelenih” vozila u floti bambi

15 KAMIONA NA ČISTIJA GORIVA = 477 TONA CO_2 MANJE

2 ELEKTRIČNA VOZILA ZA DOSTAVU = 4 TONE CO_2 MANJE

TRANZICIJOM KA ČISTIJOJ ENERGIJI I ENERGETSKI EFIKASNIJIM TEHNOLOGIJAMA SMANJUJEMO EMISIJE CO2

Proizvodnja energije ima izuzetno veliki uticaj na emisije, stoga naš pristup podrazumeva prelazak na čistije izvore energije, unapređenje energetske efikasnosti i razvoj novih nisko-karbonskih tehnologija.

100% **energije nabavljamo iz obnovljivih izvora**

Coca-Cola HBC Grupa obavezala se da do 2025. godine koristi 50% ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora. Na kraju 2023. godine, ovaj cilj je premašen i na nivou cele Grupe iznosi 55%. Ponosno ističemo da sve punionice u okviru Coca-Cola HBC Srbija i fabrika konditora Bambi kupuju 100% energije iz obnovljivih izvora.

TOPLOTNE PUMPE – među 10 najboljih projekata za smanjenje CO_2 emisija u Srbiji

U 2024. Coca-Cola HBC Srbija realizovaće značajnu investiciju u proizvodnji, vrednu 750.000 evra – ugradnju toplotnih pumpi u punionici u Beogradu. Ponosni smo na taj projekat, jer je prvi takve vrste u celoj Coca-Cola HBC Grupi, ali najviše zbog očekivanih ušteda od 1.000 tona CO2 godišnje.

Ministarstvo zaštite životne sredine, u okviru inicijative **„Prihvati cirkularni Izazov"** za smanjenje CO2 emisija, izabralo je projekat instalacije toplotnih pumpi **među 10 najboljih u Srbiji!**

58%

SMANJILI SMO POTROŠNJU ENERGIJE PO LITRU PROIZVEDENOG PIĆA U ODNOSU NA 2007.

Coca-Cola HBC Srbija

Najveća količina energije u poslovanju Coca-Cola HBC koristi se u punionicama, voznom parku i rashladnoj opremi. Ovo su inicijative koje smo sproveli u 2023. godini, s ciljem smanjenja potrošnje energije:

- **Novi kompresori** visokog pritiska (očekivana ušteda 104 MWh električne energije godišnje) i niskog pritiska (276 MWh električne energije godišnje) u fabrici u Beogradu;
- **Smanjenje temperatura u mašini za pranje boca** u fabrici u Beogradu (procenjena ušteda 176.471 m3 prirodnog gasa godišnje, odnosno 314 tona CO2);
- **Povećanje temperature punjenja za 1°C na linijama za gazirana pića** u fabrici u Beogradu (ušteda od 290 MWh električne energije godišnje);
- **Senzori za osvetljenje u svlačionicama** za zaposlene u fabrici u Beogradu;
- **Novi kompresor niskog pritiska u fabrici Vlasinka** (očekivana ušteda 65 MWh električne energije godišnje);
- **Dodatnih 5 potrošača energije dodato je u onlajn monitoring sistem** u fabrici Vlasinka

Zahvaljujući svim akcijama, ukupna potrošnja energije u Coca-Cola HBC Srbija po litru proizvedenog pića u periodu od 2007. do 2023. godine smanjena je 58%.

Coca-Cola HBC Srbija **Direktna potrošnja energije 2023.**	**jedinica**	**Beograd**	**Vlasinka**	**Srbija**
Električna energija	MWh	26.213,69	7.776,87	33.990,56
Lož-ulje (light fuel oil)	l	0,00	0,00	0,00
Prirodni gas	m3	1.508.247,00	0,00	1.508.247,00
Benzin	l	19,98	173,01	192,99
Dizel	l	291,98	473,30	765,28
Ukupna energija	**GJ**	**147.468,04**	**28.021,24**	**175.489,277**

Coca-Cola HBC Srbija **Potrošnja energije van kompanije 2023.** *Fleet, kao transport van kompanije.	**jedinica**	
LPG	l	1.296.106
Benzin	l	221.566
Dizel	l	219.125
Ukupna energija	**GJ**	49.351,38

Najveća količina energije u poslovanju Bambija koristi se u: proizvodnim pogonima, voznom parku i klimatizacionoj opremi. Nakon što je 2021. godine izrađena **studija izvodljivosti projekta instalacije solarnih panela za proizvodnju električne energije,** usvojen je CAPEX projekat za 2023. i 2024. godinu, koji je u toku.

Direktna potrošnja energije 2023.	**jedinica**	
Električna energija	mWh	8.877.010,00
Prirodni gas	m3	22.748.808,00
Toplovodna	mWh	2.032.960,00
Ukupna energija	**GJ**	121.171,601

Potrošnja energije van kompanije 2023. *Fleet, kao transport van kompanije	**jedinica**	
LPG	l	169.053,06
Benzin	l	139.212,94
Dizel	l	119.638,77
Ukupna energija	**GJ**	12.690,74

INDIREKTNE EMISIJE

SKORO 60% NAŠE RASHLADNE OPREME JE ENERGETSKI EFIKASNO

Rashladna oprema koju koristimo za prodaju naših proizvoda, a koja se nalazi u prostorijama naših kupaca, kreira oko trećinu ukupnih CO2 emisija kompanije Coca-Cola HBC Srbija. Nastavili smo da **investiramo u energetski efikasnije rashladne uređaje, i u 2023. godini, za 4% povećali njihov udeo na tržištu** na 59.5%. Ukupno 68.5% naših frižidera opremljeno je sistemom za upravljanje energijom.

9.000 t
MANJE EMISIJA CO_2 NA GODIŠNJEM NIVOU

Redovnom zamenom rashladnih uređaja energetski efikasnim modelima u 2023. godini, smanjili smo CO2 emisije za 9.000 tona u odnosu na 2022. godinu.

Radimo i na eliminisanju hidro-fluoro-karbonatnih (HFC) jedinjenja, kao i gasova sa efektom staklene bašte koji su u širokoj upotrebi u rashladnim uređajima u domaćinstvima i poslovnim objektima. Takva jedinjenja više ne koristimo u termoizolacionoj peni, a vršimo i probnu uprotrebu alternativnih rashladnih gasova. Takođe, hloro-fluoro-karbonatne gasove (CFC) smo potpuno eliminisali iz upotrebe.

SIROVINE I UPOTREBLJENI MATERIJALI

Da li ste znali?
U 2023. godini koristili smo

- **67% metalnih zatvarača**
- **65% aluminijuma**
- **53% kartona**
- **46% stakla**

od recikliranih materijala

Svi materijali upotrebljeni u proizvodnji su direktni, odnosno, prisutni u finalnom proizvodu. Kompanija Coca-Cola HBC Srbija u 2023. godini, od ukupno upotrebljenog šećera, 76% nabavila je od proizvođača sa GAP sertifikatom (čiji je fokus na bezbednosti proizvoda i smanjenju štetnih uticaja na životnu sredinu). Iz recikliranih izvora dolazi CO2, 67% zatvarača koji se prave od čelika takođe dolaze iz procesa reciklaže, 65% ukupno upotrebljenog aluminijuma, kao i oko 46% stakla koje koristimo za naše boce. U 2023. po prvi put smo određeni procenat PE termo i streč folije nabavili iz recikliranih izvora, kao i oko 53% kartona.

Ukupno, **12,3% upotrebljenih materijala su iz recikliranih izvora** (podaci se odnose na dobijene procente pojedinačnih sirovina na osnovu informacija od dobavljača).

Coca-Cola HBC Srbija **Upotrebljeni materijali 2023.***	**jedinica**	**Beograd**	**Vlasinka**	**Total Srbija**
Šećer	**kg**	17.877.937,00	0,00	**17.877.937,00**
Ostali zaslađivači *fruktoza	**kg**	38.555.610,00	0,00	**38.555.610,00**
Koncentrati, kaše	**kg**	5.333.179,99	0,00	**5.333.179,99**
CO2	**kg**	4.765.110,74	0,00	**4.765.110,74**
Azot	**kg**	17.240,00	0,00	**17.240,00**
PET granulat	**kg**	15.968.423,00	3.998.094,00	**19.966.517,00**
„Post-consumer" PET reciklirani materijal	**kg**	0,00	0,00	**0,00**
Staklo (boce)	**kg**	6.651.569,00	7.631.656,00	**14.283.225,00**
Aluminijum (limenke i poklopci)	**kg**	1.713.609,00	64.226,00	**1.777.835,00**
Čelik (zatvarači)	**kg**	269.674,00	0,00	**269.674,00**
Tetrapak	**kg**	573.351,00	0,00	**573.351,00**
Plastični zatvarači	**kg**	638.204,00	524.317,00	**1.162.521,00**
Plastične etikete	**kg**	191.704,00	115.383,00	**307.087,00**
Papirne etikete	**kg**	46.975,00	0,00	**46.975,00**
PE termo i streč folija	**kg**	1.692.934,00	669.793,00	**2.362.727,00**
Karton	**kg**	1.480.862,00	659.292,00	**2.140.154,00**
Drvo (palete)	**kg**	301.760,00	0,00	**301.760,00**
Ukupno upotrebljeni materijali	**kg**	96.078.142,73	13.662.761,00	**109.740.903,73**

OSTALE EMISIJE

Coca-Cola HBC Srbija tokom 2023. godini, **nije zabeležila emisije gasova koji oštećuju ozonski omotač**, a kada je reč o drugim značajnim emisijama u vazduh, one se generišu samo iz fabrike u Zemunu (azotni i sumporni oksidi, ugljen monoksid). Akreditovane laboratorije redovno prate emisije gasova iz kotlarnica, redovno se kontrolišu instalacije za ugljen-dioksid i linija za prirodni gas. U opremi i rashladnim postrojenjima punionica se koriste ekološki podobni rashladni mediji (freoni). Uređaje koji koriste freone (frižideri, POM aparati, klime, hladnjače, husky mašina) servisiraju ovlašćeni serviseri, a redovno se prate i količine freona u instalacijama, dok se otpisana oprema kontrolisano uništava.

U VLASINKI JE SERTIFIKOVAN STANDARD ISO 14064

U punionici Vlasinka nisu zabeležene emisije pomenutih gasova, jer ova fabrika koristi samo električnu energiju i stoga nema ove emisije. U fabrici Vlasnika je tokom 2023. godine, kao deo NetZero strategije, implementiran i sertifikovan ISO 14064 standard, koji daje jasne smernice i zahteve za kvantifikovanje i verifikaciju emisija u GHG.

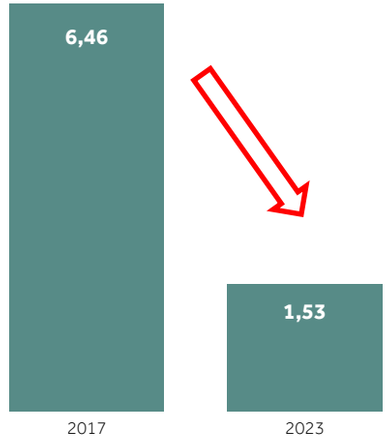
Coca-Cola HBC Srbija **NOx, SOx i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini***	**jedinica**	**Beograd****	**Vlasinka**	**Total Srbija**
NOx	Kg/god.	4.730,53	0	4.730,53
SOx	Kg/god.	265,30	0	265,30
CO	Kg/god.	323,19	0	323,19

*Podaci o godišnjim količinama emisija se dobijaju proračunom na osnovu srednje godišnje izmerene vrednosti emisije (od autorizovane laboratorije) i godišnjeg broja radnih sati postrojenja.
**Zbir sva tri emitera

bambi **NOx, SOx i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini***	**jedinica**	
NOx	Kg/god.	1.538,59
CO	Kg/god.	1.479,05

*Podaci o godišnjim količinama emisije se dobijaju proračunom srednje godišnje izmerene vrednosti emisija (od strane akreditovane laboratorije) i broja radnih sati postrojenja.

EMITOVANE EMISIJE
NOx (t)



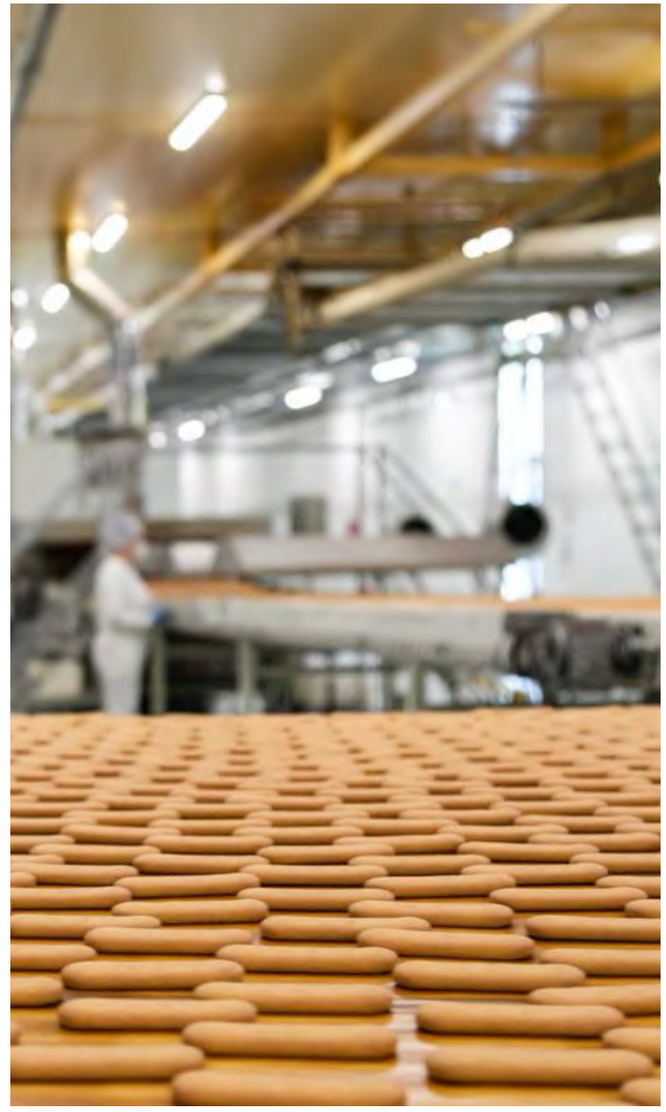
POTROŠNJA FREONA
(kg)

Bambi je prelaskom sa TNG-a na prirodni gas smanjio emisije azotnih oksida. Operateri održavanja redovno vrše podešavanje gorionika na pećima za pečenje keksa i na taj način kontrolišu parametre emisija. Merenje emisija zagađujućih materija vrši se dva puta godišnje od strane ovlašćene laboratorije.

U periodu od 2013-2022. godine, Bambi je investirao u novu proizvodnu tehnološku opremu, novije tehnologije, što je uticalo na smanjenje emitovanja emisija.

Freon R-22 se više ne koristi kao rashladni fluid u proizvodnim pogonima kompanije Bambi. U administrativnim prostorijama vršiće se postepena zamena freona R-22, sa ciljem smanjenja emisija koje oštećuju ozonski omotač.

Tip freona	Količina kg
R-22	7,9
R-134A	-
R-404A	55
R-407C	204
R-410	44
Ukupno	**310,9**



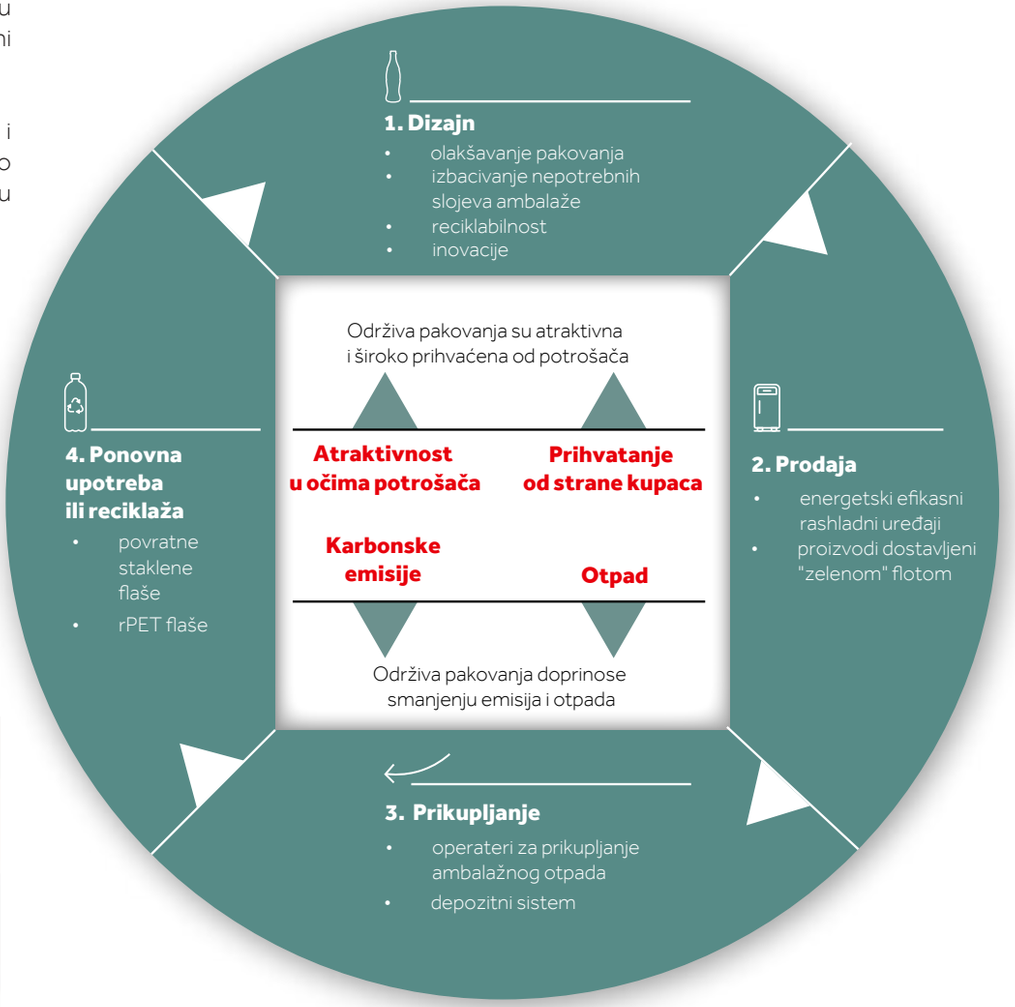
AMBALAŽA I UPRAVLJANJE OTPADOM

Ambalaža ima veoma važnu ulogu u ispunjenju ciljeva koje smo postavili Misijom 2025 i u smanjenju emisija CO2, imajući u vidu da čini oko trećinu naših ukupnih emisija.

Verujemo da svako pakovanje ima vrednost i "život" nakon svoje prve upotrebe i da bi trebalo da bude prikupljeno i reciklirano u novu ambalažu ili ponovo upotrebljeno.

U UPRAVLJANJE OVOM OBLAŠĆU UKLJUČENI SU:

Direktor/ka nabavke, menadžeri/ke punionica, menadžer/ka kvaliteta, bezbednosti i životne sredine, menadžer/ka magacina, direktor/ka korporativnih poslova i održivosti sa svojim timom



DIZAJNOM DO ODRŽIVE AMBALAŽE

Princip cirkularnosti može postojati samo ako imamo reciklabilnu ambalažu. Celokupna primarna ambalaža proizvoda Coca-Cola HBC Srbija – PET, staklo, aluminijum i kartonska ambalaža – dizajnirana je da bude reciklabilna.

Veoma važne aktivnosti koje sprovodimo sa ciljem smanjenja ambalažnog otpada, ali i karbonskog otiska, jesu **olakšavanje i optimizacija ambalaže,** kako primarne i sekundarne, tako i tercijarne. U 2023. godini uveli smo pričvršćene čepove na celokupan portfolio, sa ciljem veće stope prikupljanja celokupnog pakovanja (flaše i čepa), a zatim i slanja na reciklažu. U punionici kompanije Coca-Cola HBC Srbija u Beogradu, u 2024. godini, sklonili smo karton između redova paketa gaziranog portfolija u pakovanju 0.5l **na našim paletama,** zamenjujući ga specijalnom vrstom lepka. Rezultat na godišnjem nivou: ušteda **106 tona kartona** i smanjenje **68 tona emisija CO2,** dok za naše kupce ovo znači da ne moraju više da brinu o tome gde će skladištiti i odlagati karton.

CILJEVI COCA-COLA INICIJATIVE "SVET BEZ OTPADA"

- **100% reciklabilna pakovanja**
- **Najmanje 50% recikliranih materijala u ambalaži do 2030.**
- **Prikupljanje i recikliranje onoliko boca i limenki koliko se proda na tržištu**

AMBALAŽA I UPRAVLJANJE OTPADOM

PRIKUPLJANJE AMBALAŽE

Pored inicijativa u sopstvenim operacijama, posvećeni smo i saradnji sa partnerima na uspostavljanju infrastrukture za recikliranje u Srbiji, kao i edukaciji i promociji reciklaže kod potrošača. O našim projektima usmerenim ka promociji reciklaže ka potrošačima možete čitati ovde.

NAŠE DVE KOMPANIJE SU MEĐU OSNIVAČIMA PRVOG OPERATERA ZA AMBALAŽNI OTPAD U SRBIJI SEKO PAK

Naše dve kompanije su među osnivačima prvog operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u Srbiji - kompanije Sekopak. Kroz Sekopak, ali i kroz sve poslovne asocijacije u kojima je aktivna, Coca-Cola HBC Srbija se zalaže za donošenje zakonskih okvira u ovoj oblasti po ugledu i u skladu sa propisima koji postoje u Evropskoj uniji i sa Direktivom 94/62/EC o ambalaži i ambalažnom otpadu. Ovi propisi postavljaju obavezu ponovnog korišćenja i reciklaže pred sve subjekte u lancu do krajnjeg korisnika - proizvođače, pakere/punioce, uvoznike, distributere i maloprodaju. Princip "zagađivač plaća" inkorporiran je u važeće srpske zakone koji tretiraju pitanja ambalaže, otpada i ambalažnog otpada. U potpunosti ispunjavamo sve zakonske odredbe vezane za upravljanje ambalažom i ambalažnim otpadom. Aktivno sarađujemo sa partnerima iz države, ali i industrije, kako bismo pomogli u **uspostavljanju depozitnog sistema za upravljanje ambalažnim otpadom (DRS), koji je najavljen za 2027. godinu u Srbiji.**

Osnovni principi depozitnog sistema za koji se zalažemo i kroz novo-uspostavljenu Asocijaciju proizvođača pića su:

- **Neprofitan depozitni sistem;**
- **Nacionalna pokrivenost sistemom;**
- **Sistem kojim upravlja industrija;**
- **Bez međusobnog subvencionisanja materijala;**
- **DRS pristupačan za potrošača;**
- **Definisani materijali uključeni u depozit;**
- **Depozitna organizacija ima vlasništvo nad materijalom;**
- **Vrednost depozita na bazi analize svih ekonomskih efekata, jasno iskazana, odvojeno od maloprodajne cene i izuzeta od oporezivanja PDV-om;**
- **Adekvatan period za implementaciju depozitnog sistema;**
- **Kaucijski sistem za boce koji trenutno postoji u Srbiji.**

асоцијација произвођача пића

Posredstvom Sekopaka postižemo ispunjenje specifičnih nacionalnih ciljeva, prema tipu materijala, u procentima prikazanim u tabeli. U tabeli možete pogledati količine ambalaže koje Coca-Cola HBC Srbija plasira na tržište, kao i količine ponovo iskorišćene ili reciklirane ambalaže.

Coca-Cola HBC Srbija			Količine koje je CCH Srbija stavila na tržište	Ispunjenje specifičnih nacionalnih ciljeva u Sekopak sistemu	CCH količine ponovno iskorišćene/ reciklirane
Procenat preuzetih prodatih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji*	Papir/karton	t	2.385,47	96,67%	2.306,07
	Plastika	t	17.088,17	40,96%	6.999,20
	Staklo	t	11.616,35	48,48%	5.631,25
	Metal	t	1.913,97	50,45%	965,53
	Drvo	t	2.233,77	57,22%	1.278,19
	Total				**17,180,23**

*Coca-Cola Hellenic Srbija svakog meseca Sekopaku dostavlja proračunate količine ambalažnog otpada koje je plasirala na tržište u tom mesecu. Količine se računaju tako što se prodata količina množi sa težinama svakog pakovanja. Procenti koji su navedeni kao recikliran ambalažni otpad, dobijeni su od Sekopaka iz godišnjeg izveštaja o dostizanju nacionalnih ciljeva. Procenti recikliranog ambalažnog otpada koje je Sekopak dati su po materijalima.

Kada je reč o kompaniji Bambi, 98,63% naših ambalažnih pakovanja može da se reciklira, a 86,4 % ukupne ambalaže je proizvedeno od recikliranih materijala.

86% ukupne Bambi ambalaže je od recikliranih materijala

bambi 1967			Količine koje je Bambi stavio na tržište	Ispunjenje specifičnih nacionalnih ciljeva u Sekopak sistemu	Bambi količine ponovno iskorišćene/reciklirane
Procenat preuzetih prodatih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji*	Papir/karton	t	3.191,02	96,67%	3.084,80
	Plastika	t	409,97	40,96%	167,92
	Staklo	t	0,00	48,48%	0,00
	Metal	t	3,37	50,45%	1,70
	Drvo	t	110,57	57,22%	63,27
	Total				**3.317,69**

*Bambi je osmislio aplikaciju direktnog povlačenja podataka (svako pakovanje na osnovu normativa sa neto masom). Procenti koji su navedeni kao recikliran ambalažni otpad dobijeni su od Sekopaka iz godišnjeg izveštaja o dostizanju nacionalnih ciljeva. Procenti recikliranog ambalažnog otpada koje je Sekopak dati su po materijalima.

OTPAD KOJI NASTAJE U PROIZVODNJI I NAŠIM KANCELARIJSKIM PROSTORIMA

Na svim lokacijama poslovanja Coca-Cola HBC Srbija ispunjava sve zahteve zakonske regulative u vezi sa upravljanjem proizvodnim otpadom, kao i visoke standarde Grupe i Coca-Cola kompanije. Evidentiramo sve vrste generisanog otpada, koji se bez prerade ili transporta sa naše strane, predaje ovlašćenim operaterima.

Coca-Cola HBC Srbija **Ukupna težina otpada***	**jedinica**	**Beograd**	**Vlasinka**	**Total Srbija**
Neopasan otpad	t	2.056,80	117,55	2.174,35
Opasan otpad	t	0,00	0,00	0,00
Ukupan otpad	t	**2.056,80**	**117,55**	**2.174,35**
Reciklirano**	t	2.046,74	116,89	2.163,63
Odloženo na deponiju	t	10,06	0,66	10,72

*Za oba lokaliteta iznosi su dobijeni merenjem
** Neopasan+opasan otpad
***Tokom 2023. godine nije bilo značajnih izlivanja

U odnosu na 2007. godinu, generisani otpad u proizvodnji po litru pića smanjili smo za čak 74%, dok je u istom periodu procenat recikliranog otpada iz proizvodnje povećan za 15.5%. Ponosno ističemo da u našim punionicama u Beogradu i Vlasinki **recikliramo skoro 100% proizvodnog otpada: 99,89%, odnosno 99,32%.**

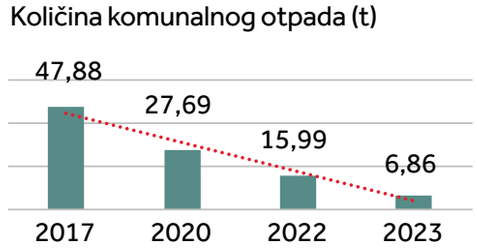
Kako bismo što pre stigli do nula otpada na deponiji, u prostorijama naše punionice u Beogradu 2024. pokrenuli smo projekat **"Zero Waste to Landfill"**. U odnosu na ranije postavljene kante za selektivno odvajanje plastike, papira, metala i stakla, dodali smo i nove kante za nereciklabilni otpad, staklo i biootpad. Na ovaj način motivišemo naše zaposlene da pravilno odvoje sve vrste otpada i da zajednički osvojimo "zero waste" titulu.
Pridružujući se inicijativi Svet bez otpada, **Bambi je projektovao dostizanje nula otpada na deponijama do 2030. godine.** Dostizanje ovog cilja podrazumeva infrastrukturna ulaganja i stalnu edukaciju zaposlenih o upravljanju otpadom.

CILJ: 0 OTPADA NA DEPONIJI

bambi **Ukupna težina otpada**	jedinica	
Neopasan otpad	t	1.002,66
Opasan otpad	t	1,20
Ukupan otpad	t	1.003,86
Reciklirano	t	997,00
Odloženo na deponiju	t	6,86

Bambi upravlja svim vrstama otpada na osnovu klasifikacije i karakterizacije. U 2023. godini, **na lokaciji Bambi fabrike, generisano je ukupno 1.003,86t otpada.** Na putu ka nultom odlaganju otpada na deponije, kompanija je u 2023. godini, u odnosu na 2022, smanjila količinu komunalnog otpada za čak 57%, i time povećala **zbrinjavanje celokupnog otpada na lokaciji fabrike na 99,2%.** Obavezu preuzimanja ambalažnog otpada sa lokacije kompanija vrši u saradnji sa operaterom za ambalažni otpad. Primenjeni tretmani otpada, kroz preradu/reciklažu i iskorišćenje (energetsko/kompostiranje), nemaju negativan uticaj na životnu sredinu. Tehnološki rastur i drugi organski otpad koji nastaje u procesu proizvodnje, svoj životni ciklus završava procesom prerade (sekundarna opcija je kompostiranje).

Na lokaciji fabrike Bambi je 2022. godine **izgrađeno reciklažno** dvorište površine 500m² za razvrstavanje i **privremeno skladištenje oko 30 različitih vrsta otpada** (ambalažni, komercijalni, organski, opasan i dr). Takođe, na šest lokacija u okviru fabrike postavljena su nova zelena ostrva za primarnu selekciju otpada. Svi zaposleni u kompaniji Bambi upoznati su sa strukturom komunalnog otpada i poštuju pravila razvrstavanja svih vrsta otpada.



Vrsta otpada (insite)	Vrsta otpada (offsite)	Tretman	Kategorija	Količina insite (t)	Količina offsite u RS (t)	Ukupno
Otpadni papir/karton	Papir/karton	Reciklaža	neopasan	451,22	3.191,01	3.642,23
Otpadni PE (streč folija)		Reciklaža	neopasan	11,92		11,92
Otpadna HDPE plastika		Reciklaža	neopasan	22,92		22,92
Otpadne palete		Reciklaža	neopasan	70,22	110,57	180,79
Nameštaj		Reciklaža	neopasan	3,12		3,12
Testani otpad (reciklaža)		Reciklaža	neopasan	88,92		88,92
Metalni otpad (reciklaža)		Reciklaža	neopasan	17,3	3,37	20,67
Mešana ambalaža (plastična)	Mešana ambalaža (plastična)	Spaljivanje	neopasan	123,1	409,97	533,07
Konditorski proizvodi sa isteklim rokom		Spaljivanje	neopasan	111,72		111,72
Sadržaj iz separatora masti i ulja		Kompostiranje	neopasan	95,36		95,36
Električni e elektronski otpad		Reciklaža	opasan	1,2		1,20
Komunalni otpad (odlaganje)		Odlaganje	neopasan	6,86		6,86
				1.003,86	3.714,92	4.718,78

VODA – NAJDRAGOCENIJI RESURS

Za nas u Coca-Cola HBC Srbija, voda nije samo osnovni sastojak naših pića, već je posmatramo kao dragoceni resurs koji treba da sačuvamo za sadašnje, ali i buduće generacije.

Naša strategija upravljanja vodnim resursima temelji se na **tri ključna principa:**

1. **voda koju koristimo u proizvodnji:** štitimo izvore vode koji snabdevaju naša postrojenja, smanjujemo količinu vode koja se koristi u proizvodnji napitaka, i prečišćavamo 100% naših otpadnih voda do nivoa koji ne ugrožava biljni i životinjski svet;
2. **radimo partnerski sa dobavljačima,** kako bismo smanjili uticaj na vodne resurse u celom lancu vrednosti;
3. **ulažemo u projekte očuvanja vode u zajednici,** kako bismo inovativnim održivim tehnologijama obnovili vodu koju koristimo, a takođe i promovišemo svest o značaju odgovornog upravljanja vodnim resursima, kako našim zaposlenima, tako i eksternoj javnosti.

54,38% smanjenje potrošnje vode po litru pića u odnosu na 2007.
Coca-Cola HBC Srbija

41% smanjena potrošnja vode po toni proizvoda u odnosu na 2013.
bambi

Definisanim ciljevima u okviru Misije održivosti 2025, Coca-Cola HBC se obavezala da će, u poređenju sa 2017. kao baznom godinom, smanjiti upotrebu vode za 20% u punionicama lociranim u oblastima pod rizikom i osigurati dostupnost vode u 100% zajednica u rizičnim područjima gde se nalaze naše punionice.

U upravljanje ovom oblašću u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija uključeni su: Direktor/ka lanca snabdevanja , Menadžeri/ke punionica i tim, Menadžer/ka za kvalitet, bezbednost I životnu sredinu (na nivou biznis jedinice), Menadžer/ka inženjeringa na nivou zemlje, Direktor/ka korporativnih poslova i održivosti sa svojim timom

Kad je Srbija u pitanju, zahvaljujući našim inicijativama, **u periodu od 2007. do 2023. godine, uspeli smo da smanjimo potrošnju vode po litru proizvedenog pića za impresivnih 54,38 %.** S obzirom na to da smanjenje količine vode u samim proizvodima nije moguće, fokusirani smo na povećanje efikasnosti potrošnje vode u našim procesima, kroz smanjenje upotrebe i ponovnu upotrebu, uz stalno ulaganje u nove inovativne tehnologije. U 2023. godini, **od ukupno upotrebljene vode, 3% je reciklirana,** odnosno ponovno upotrebljena voda koja se dobija metodom prikupljanja. Deo ove vode koristi se za održavanje, vodu za vodokotliće u toaletima, ali i za zalivanje travnjaka u fabričkom krugu.

ZA UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA DOBILI SMO NAGRADU "ESG LIDERI", KOJU OD 2024. DODELJUJE PWC

ODRŽIVOST IZVORA VODE

Za svaku punionicu u okviru Coca-Cola HBC Grupe urađena je detaljna analiza izvora vode, na osnovu koje su napravljeni planovi upravljanja vodnim resursima, kako bi se osigurala njihova održivost. Nijedna od punionica Coca-Cola HBC Srbija ne pripada područjima pogođenim znatnim crpljenjem vode, a takođe nijedan izvor vode koji koristimo nije pogođen crpljenjem vode od strane naše kompanije.

Naše punionice se ne nalaze u vodno ugroženim područjima, niti ugrožavaju izvore koje koriste

Punionica u Beogradu najvećim delom koristi bunarsku vodu, a potom, ukoliko je potrebno, koristi se i voda iz gradskog vodovoda. Voda prolazi kroz tretman obrade pre nego što dospe u finalni proizvod. Nakon procesa proizvodnje, otpadne vode idu na tretman otpadnih voda, pre nego što dospu u rečni tok Dunava.

U punionici Vlasinka voda se crpi iz prirodnih izvora, prolazi kroz proces proizvodnje i završava na tretmanu otpadnih voda pre nego što se ulije u Toplodolsku reku.

Uticaji potrošnje vode na životnu sredinu ispituju se najmanje jednom godišnje, a u slučaju potrebe ili uvođenja novih aktivnosti, i više puta tokom godine.

AWS SERTIFIKAT

Od 2021, naše punionice u Beogradu i Vlasini nosioci su međunarodnog AWS standarda. Ovaj ugledni sertifikat potvrđuje našu predanost odgovornom upravljanju vodnim resursima. Naše punionice prve su u Srbiji sa ovim standardom.

Coca-Cola HBC Srbija Potrošnja vode – punionice*	jedinica	Beograd	Vlasinka	Total Srbija
Podzemna voda – sveža voda	1000 l	639.758 utrošena=crpljena	264.565	904.323
Voda iz gradskog vodovoda- sveža voda	1000 l	103.768 utrošena=crpljena		103.768
Total	1000 l	743.526 utrošena=crpljena	264.565	1.008.091
Ukupno crpljena voda*	1000 l	745.566 utrošena+projekti=crpljena	489.041 podzemna voda	1.234.607

* Količina vode merena protokometrom
* Ukupno crpljena izvorska vodi u Vlasinki, odnosno sva voda koja je izašla iz izvora u izveštajnoj godini i od koje je upotrebljena količina navedena iznad

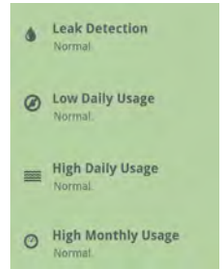
Coca-Cola HBC Srbija Procenat i ukupna zapremina reciklirane i ponovo upotrebljene vode	jedinica	Beograd	Vlasinka	Total Srbija
Ponovno upotrebljena voda	m3	24.901	2.698	**27.599**
Ponovno upotrebljena voda	%	3%	1%	**3%**

Coca-Cola HBC Srbija aktivno je uključena u organizacije koje se, između ostalog, bave i temom vodnih resursa, među kojim su: Asocijacija za proizvođače mineralnih voda, NALED (Savez za zaštitu životne sredine i Podgrupa za upravljanje vodama). Kroz saradnju sa ovim organizacijama, razvijamo i vodimo ekološke inicijative, te se posvećujemo odgovornom upravljanju vodnim resursima, podržavajući održivu upotrebu voda i unapređenje ekoloških standarda u industriji.

PROJEKAT RESTORIVER – RESTAURACIJA GORNJEG PODUNAVLJA

Ova inicijativa fokusira se na prilagođavanje urbanog i periurbanog područja klimatskim promenama kroz primenu posebnih višefunkcionalnih mera. Coca-Cola sistem u Srbiji podržaće ovaj projekat, koji je pokrenuo WWF uz podršku lokalnih partnera. Restaurisaćemo područje Gornjeg Podunavlja u Srbiji, konkretno rukavca u blizini grada Sombora. Početak ovog projekta očekuje se u 2024. godini.

BAMBIJEVI REZULTATI PO PITANJU UŠTEDE POTROŠNJE VODE



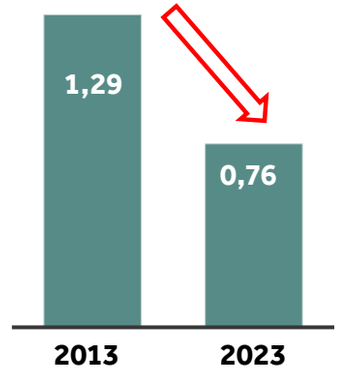
Realizacijom projekta automatskog očitavanja, Bambi na dnevnom nivou prati potrošnju vode

Kompanija Bambi se ne nalazi na području pogođenom znatnim crpljenjem vode, a takođe nijedan izvor vode koji koristimo nije pogođen crpljenjem vode sa naše strane. Ciljevi za očuvanje vode se postavljaju na godišnjem nivou, a o učincima se izveštavaju sve zainteresovane strane.

Realizacijom projekta automatskog očitavanja potrošnje vode u novembru 2023. godine, unapređeno je upravljanje vodnim resursima. Potrošnja vode se prati na dnevnom nivou putem aplikacije, po potrošačima, i omogućava alarmiranje u slučaju povećane potrošnje. Zahvaljujući ovom projektu, već u decembru 2023. godine, specifična potrošnja je bila niža od definisane ciljne vrednosti za 23,8%. Takođe, napravljena je i **aplikacija Water loss,** koja omogućava zaposlenima u proizvodnji da prijave sve uočene gubitke vode i kvarove u sistemu, promovišući ideju održivog korišćenja prirodnih resursa.

Od 2013. do 2023. godine, potrošnja vode po toni proizvoda u kompaniji Bambi smanjena je sa 1,92m3/t na 0,76m3/t, odnosno 41%.

Specifična potrošnja vode m3/t proizvoda



bambi Potrošnja vode	jedinica	
Podzemna voda *	m3	4.266 Utrošena
Voda iz gradskog vodovoda	m3	24.952 Utrošena
Ukupno utrošena voda**	m3	**29.218**

*Bunarska voda se koristi za tehničke svrhe
**Način merenja: vodomeri

TRETMAN OTPADNIH VODA

Sve punionice Coca-Cola HBC Srbija imaju sopstvena postrojenja za tretman otpadnih voda, kroz koja prolaze otpadne vode pre ispuštanja u prirodni recipijent. Kvalitet otpadnih voda redovno kontrolišu akreditovane eksterne laboratorije, kao i naše interne laboratorije. Parametri koji se prate su u granicama maksimalno dozvoljenih vrednosti, što znači da je obrađena voda koja se vraća u okruženje bezbedna za biljni i životinjski svet u recipijentu.

Dodatno, imamo ugrađen uljni separator za atmosferske vode, koji služi da spreči potencijalno zagađenje voda koje se slivaju u gradsku kanalizaciju, a potiču sa površina kao što su utovar/istovar kamiona, parking. Akreditovane laboratorije kvartalno kontrolišu i atmosferske vode. Dodatno, na svim mestima na kojima je identifikovan rizik od curenja ulja/hemikalija, postoje odgovarajući apsorberi za sanaciju, koji se kontrolišu mesečno.

SVE NAŠE PUNIONICE IMAJU SOPSTVENA POSTROJENJA ZA TRETMAN OTPADNIH VODA

Coca-Cola HBC Srbija Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu *	jedinica	Beograd**	Vlasinka	Total Srbija
Ukupna ispuštena voda-sveža voda**	m3	312.701	48.453	**361.154,00**
Ukupna ispuštena voda-ostala voda***	m3	-	-	-
Odredište		Dunav	Toplodolska reka	
COD nakon tretmana	mg/l	16,0	9,80	

*On site WWT, podaci o količini ispuštene vode dobijeni proračunom, podaci o kvalitetu na osnovu analiza autorizovane laboratorije. Nivoi hemijske potrošnje kiseonika (COD) pokazuju kvalitet naših otpadnih voda.
** Odnosi se samo na tehnološku vodu. Atmosferske vode nisu uključene.
*** Podela ispuštene vode na kategorije „sveža" i „ostala" se vrši na osnovu rezultata kvartalnih analiza od strane eksterne ovlašćene laboratorije. Sva tehnološka voda koja se ispušta u obe fabrike prolazi kroz sve nivoe prečišćavanja u okviru tretmana otpadnih voda, odnosno, ne postoji podela količina ispuštene vode prema nivou tretiranja.

U kompaniji Bambi ispuštanje otpadnih voda vrši se u kanalizacioni sistem u okviru industrijske zone. Pre ispuštanja, **tehnološke vode se prečišćavaju putem sistema koji čini osam separatora.** Bambi nema prioritetnih suspstanci u otpadnim vodama. Akreditovane laboratorije kontrolišu kvalitet otpadnih voda na kvartalnom nivou. U 2023, godini, kvalitet otpadnih voda je u skladu sa graničnim vrednostima definisanim relevantnim propisima. Navedena ispuštanja otpadnih voda od strane kompanije nemaju negativnih uticaja na prirodna staništa.

bambi Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i	jedinica	Beograd**
Ukupna ispuštena voda	m3	**20.452,60**
COD nakon tretmana	mg/l	**228**
Odredište		Brežanski kanal

U KOMPANIJI BAMBI OTPADNE VODE SE PREČIŠĆAVAJU PUTEM SISTEMA OSAM SEPARATORA.

BIODIVERZITET

U 2022. godini, Coca-Cola HBC Grupa uvrstila je biodiverzitet među materijalne teme u oblasti životne sredine, uz cilj da do 2040. godine ostvari neto pozitivni uticaj na biodiverzitet u kritičnim oblastima sopstvenog poslovanja i u lancu nabavke. Prvobitno postavljeni cilj da se deforestacija u lancu nabavke eliminiše do 2030. godine pomeren je na 2025. godinu. Principi održive poljoprivrede koje je postavila Coca-Cola kompanija od posebnog su značaja za postizanje ciljeva u oblasti biodiverziteta - kroz primenu principa očuvanja šuma, prirodnih staništa, biodiverziteta i ekosistema, upravljanja zemljištem i primene agrohemijskih mera.

I u lokalnoj operaciji sa izuzetnom pažnjom pratimo uticaj naših delatnosti i proizvoda u zaštićenim područjima i na područjima visoke vrednosti u pogledu biodiverziteta. Na ovim specifičnim područjima nismo identifikovali značajne uticaje.

Naše punionice, kao ni fabrika konditora Bambi, nemaju značajnog uticaja na prirodne ekosisteme u neposrednoj blizini. Bambi fabrika u Požarevcu locirana je u industrijskoj zoni. Prvi značajni prirodni ekosistemi u blizini fabrike Bambi su vodeni ekosistemi i priobalje reke Velike Morave na udaljenosti od 4 km zapadno, kao i reke Dunav, na udaljenosti od 14 km severno od fabrike.

Na područjima poslovnih delatnosti naše dve kompanije nisu prisutne vrste sa Crvenog popisa IUCN-a i nacionalnih popisa ugroženih vrsta.

ZAJEDNICA

PODRŠKA ZAJEDNICAMA ČIJI SMO DEO

U 2023. godini, ostali smo posvećeni ostvarivanju pozitivnog uticaja u zajednicama u kojima poslujemo. Podržavali smo mlade kroz programe obuka i razvoj veština, a lokalne zajednice kroz razvojne programe, donacije proizvoda i volonterske aktivnosti.

NAŠE ULAGANJE U RAZVOJ MLADIH

COCA-COLA PODRŠKA MLADIMA

Jedan od ciljeva održivosti Coca-Cola HBC Grupe je da do 2025. godine u programe obuke uključi milion mladih ljudi, a zaključno sa 2023. godinom, broj mladih osnaženih na ovaj način dostigao je 944.948.

Coca-Cola podrška mladima inicijativa realizuje se i u Srbiji već sedam godina i predstavlja most koji povezuje mlade sa neiscrpnom bazom znanja. **U 2023. godini, kroz ovaj program, osnažili smo oko 3.000 mladih u Srbiji,** a tokom sedam godina realizacije njih ukupno 13.000, čime smo postali jedan od najvećih programa neformalne

13.000

MLADIH NOVA ZNANJA I VEŠTINE STICALI UZ COCA-COLA PODRŠKA MLADIMA

Tokom 2023. realizovali smo 10 predavanja, održanih online, ali i uživo, a mladi su imali priliku da steknu nova znanja i veštine od 10 istaknutih predavača. Upravo smo za ovaj program dobili i prestižnu **nacionalnu nagradu za društveno-odgovorno poslovanje „Đorđe Vajfert“,** koju nam je dodelila Privredna komora Srbije.

25 STIPENDIJA ZA 25 NAJBOLJIH STUDENATA

Povodom obeležavanja 25 godina poslovanja Coca-Cola HBC Srbija, u saradnji sa Ministarstvom prosvete, osmislili smo konkurs „Čuvamo talente u punoj snazi“, sa ciljem da podržimo mlade talente da ostvare svoje pune potencijale i budemo njihov vetar u leđa. Dodelili smo 25 studentskih stipendija, **u ukupnom iznosu od 50.000 evra.**

Za naše stipendiste organizovali smo i ceremoniju dodele stipendija, nakon koje su imali priliku da razgovaraju sa generalnim direktorom i delom menadžment tima Coca-Cola HBC Srbija, na sve teme koje su ih interesovale – od karijernih saveta do održivog poslovanja. Takođe, za stipendiste smo obezbedili i **mentorsku podršku** naših kolega, koji su sa njima radili na definisanim karijernim temama.

STIPENDISTI SU DOBILI STIPENDIJE VREDNE PO 2.000 EVRA, KAO I MENTORSKU PODRŠKU

11. GENERACIJA COKE SUMMERSHIP LETNJE PRAKSE

80

SUMMERSHIP POLAZNIKA DANAS SU NAŠE KOLEGE

Još jedan važan program za mlade, Coke Summership – program letnje prakse, realizovali smo 11. godinu za redom. Coke Summership je prilika da mladi pređu sa teorije na praksu, a vrata za to im otvara upravo Coca-Cola HBC Srbija.
Praksa traje šest sedmica, tokom kojih studenti završnih godina mogu da se upoznaju sa industrijom robe široke potrošnje, jedinstvenim 24/7 portfolijom kompanije, kao i da steknu dragoceno iskustvo u različitim oblastima - uključujući prodaju, distribuciju, proizvodnju, logistiku, marketing, finansije, ljudske resurse i odnose s javnošću.

Od pokretanja Coke Summership programa, preko **300 studenata je prošlo kroz praksu,** a više od 80 njih je nastavilo karijeru u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija.

DUALNO OBRAZOVANJE: 24 SREDNJOŠKOLCA STIČU ZNANJE U BAMBIJU

U susret novoj školskoj godini, kompanija Bambi je 1. septembra otvorila vrata novoj generaciji **praktikanata Poljoprivredne škole** sa domom učenika "Sonja Marinković". Kao deo sveobuhvatne saradnje, kroz program dualnog obrazovanja, 24 mlada praktikanta će proći kroz razne obuke, sticanje znanja i veština u radu sa mentorima. Saradnja kompanije Bambi i Poljoprivredne škole kroz program dualnog obrazovanja, započeta je 2021. godine, kroz otvaranje stručnih obrazovnih profila Operater u prehrambenoj industriji i Prehrambeni tehničar.

SNAŽNA PODRŠKA RAZVOJU LOKALNIH ZAJEDNICA

VLASINA - ČISTA LJUBAV

Posvećeni domu naše Rosa vode, u 2023. godini, nastavili smo realizaciju inicijative Vlasina – čista ljubav, koju smo započeli 2021. godine. Udruženim snagama sa Programom Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) i lokalnim partnerima (Opština Surdulica, Turistička organizacija opštine Surdulica, kao i Kabinet ministra za razvoj nedovoljno razvijenih opština), posvetili smo se izgradnji infrastrukture za održivi turistički razvoj – uređujući ukupno 47 kilometara planinarskih staza na Vlasini.

U saradnji sa Planinarskim savezom Srbije obnovili smo postojeće planinarske staze koje vode ka vrhovima Čemernik i Vrtop, a napravljena je i jedna nova, turističko-edukativna staza. Posetioce na stazama čeka oko **80 informativnih tabli,** koje su zanimljive jer donose priče o retkim, zaštićenim i autohtonim vrstama biljaka i životinja na području Vlasinskog jezera. Staze na Vlasini će u narednom periodu biti digitalizovane i posetioci će moći da ih istraže putem onlajn platforme „Staze Srbije".

Istovremeno sa otvaranjem staza, na Vlasini je održan i centralni događaj najveće pešačke manifestacije u Srbiji, **Rosa Dan pešačenja.** Stazama Vlasine tog dana je šetalo više od 500 posetilaca.

VLASINA
ČISTA I LJUBAV

47km
STAZA NA VLASINI
PROMOCIJA BOGATOG BIODIVERZITETA

OSNAŽIVANJE ZAJEDNICE KROZ SPORT

Verujući da svaki sportski događaj donosi priliku za zajedničku radost i povezivanje, ali i važnu promociju fizičke aktivnosti, sa ponosom podržavamo značajne sportske manifestacije u Srbiji i širom sveta. Već preko deceniju Coca-Cola HBC Srbija podržava **Sportske igre mladih u Srbiji,** a od 2024. godine Bambi je i naslovni sponzor ove manifestacije.

Od 2024. godine Coca-Cola sistem u Srbiji kroz brendove Powerade i Rosa postao je i ponosni partner **Beogradskog maratona,** najveće sportske manifestacije u zemlji.

Coca-Cola na globalnom nivou podržava **Olimpijske igre,** kao i **Evropsko prvenstvo u fudbalu,** koji nas očekuju tokom 2024.

INCIJATIVE USMERENE NA UPRAVLJANJE AMBALAŽNIM OTPADOM

S obzirom na prirodu i uticaje našeg poslovanja, ključna tema iz oblasti zaštite životne sredinu kojoj smo posvećeni u zajednici je upravljanje ambalažom i ambalažnim otpadom. Detaljnije o našem pristupu ovoj oblasti pročitajte ovde.

Izuzetno smo aktivni u podsticanju zajednice da pravilno odvajaju svoj otpad i daju doprinos reciklaži.

"PAMETNO RECIKLIRAJ" U ZRENJANINU, "VLASINA – JOŠ ČISTIJA LJUBAV" NA JUGU SRBIJE

Potrošači u Zrenjaninu mogli su na 12 lokacija u gradu da vrate iskorišćenu ambalažu u posebno dizajnirane reciklomate koji su prihvatali sve vrste materijala istovremeno, a putem aplikacije na mobilnom telefonu sakupljali su bodove za popuste pri narednim kupovinama i druge nagrade. Ovaj projekat realizovan je kroz program develoPPP nemačkog Saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj, a okupio je veliki broj partnera iz biznis sektora.

COCA-COLA HBC FONDACIJA

Coca-Cola HBC Fondacija osnovana je u decembru 2023. godine, **a za podršku zajednicama u 2024. godine opredeljeno je 10 miliona evra.**

Coca-Cola HBC Grupa je identifikovala sledeće **ključne oblasti** na koje će usmeriti svoju podršku:

- **podrška u vanrednim situacijama;**
- **ambalaža i upravljanje otpadom;**
- **odgovornost u zajednici;**
- **osnaživanje mladih i žena.**

Tokom 2023. godine pokrenuli smo i inicijativu „Vlasina – još čistija ljubav", u partnerstvu sa Turističkom organizacijom opštine Surdulica i kompanijom Sekopak. Na potezu pored Vlasinskog jezera i u ugostiteljskim objektima, postavili smo kontejnere za selektivno odlaganje ambalažnog otpada, koji se potom šalje na reciklažu. Na predstavljanju inicijative, održana je radionica za lokalne ugostitelje, kao važne partnere u našoj misiji da zaštićeno područje prelepe Vlasine ostane čisto. Radionica je okupila i vodeće stručnjake iz oblasti održivog turizma i upravljanja otpadom, pružajući učesnicima mogućnost da se bliže upoznaju sa ključnim konceptima i praksama u očuvanju netaknute prirode Vlasine.

NA VLASINI SMO POSTAVILI KONTEJNERE ZA SELEKTIVNO ODLAGANJE OTPADA

VIŠE OD 2.000 MALIŠANA DEO BAMBI "MALE ŠKOLE RECIKLAŽE"

Zajedno sa našim partnerom Sekopakom, pokrenuli smo projekat "Mala škola reciklaže", u kom je učestvovalo više od 2.000 dece uzrasta od 1. do 4. razreda u svim školama u Požarevcu i okolini. Nakon što je u školama prikupljeno više od **700 kilograma** ambalažnog otpada, postavili smo **reciklažno ostrvo u centru Požarevca,** sa idejom da se podigne svest građana o značaju reciklaže i da se svim građanima Požarevca omogući mesto za reciklažu. U narednom periodu smo u više navrata organizovali edukaciju i akcije prikupljanja uz nagradne mehanizme. U ovaj projekat kompanija Bambi uložila je više od 20.000 evra u 2023. godini.

MALA ŠKOLA RECIKLAŽE I VLASINA – ČISTA LJUBAV DOBITNICI NAGRADE

KAMPANJE SA SVRHOM

Za ovaj projekat kompanije Bambi i Sekopak dobitnici su nagrade „ECO projekat", u okviru Festivala Kampanje sa svrhom. Na istom festivalu, nagradu u kategoriji Social dobila je i Coca-Cola HBC inicijativa „Vlasina čista ljubav".

PODRŠKA KROZ DONACIJE I SPONZORSTVA

Važan deo naše podrške zajednici su donacije i sponzorstva. Kao lideri u svojim industrijama, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi prepoznate su kao značajni donatori. Zahvaljujući našim donacijama (novčanim i u proizvodima), kao i sponzorstvima, realizuje se veliki broj kulturnih, obrazovnih, umetničkih i poslovnih događaja, a podršku pružamo i zdravstvenim ustanovama, sportskim kolektivima itd. Cilj nam je da inspirišemo bolji kvalitet života dugoročnom, održivom podrškom odabranim korisnicima.

Pri donošenju odluka o sponzorstvima i donacijama, prednost imaju projekti u strateški definisanim oblastima: zaštita životne sredine, razvoj i obrazovanje mladih, kao i dobrobit lokalne zajednice i promovisanje zdravih stilova života.

NAŠA PODRŠKA ZAJEDNICI

324.000 EVRA Coca-Cola HBC Srbija

92.000 EVRA bambi

U 2023. godini, kroz donacije i CSR projekte, u lokalne zajednice Coca-Cola HBC Srbija uložila je oko 324.000 evra, a kompanija Bambi 92.000 evra. Uz to, Coca-Cola HBC Srbija je **donirala preko 225.000 litara proizvoda** ukupne vrednosti oko 70.000 evra, a kompanija **Bambi 22 tone proizvoda** u vrednosti od 120 hiljada evra.

Upiti za sponzorstvo i donacije se mogu podneti elektronskim putem, kompaniji Coca-Cola HBC Srbija putem adrese PR.RS@cchellenic.com, a kompaniji Bambi popunjavanjem formulara na kompanijskom veb-sajtu ili putem slanja mejla na vasikomentari@bambi.rs.

PLAZMA KAO SUPER HEROJ

U toku 2023. godine, Ministarstvo prosvete Republike Srbije i kompanija Bambi su potpisali sporazum o darivanju **65.000 Plazma paketića svim đacima prvacima širom Srbije.** Ovim simboličnim gestom kompanija Bambi je poželela prvacima dobrodošlicu u školske klupe. Tokom leta 2023. godine, zvanično smo **sa Plazmom i Rosom postali deo poklon paketa koji dobijaju mame u porodilištima** širom Srbije, a sve to zaokružili **zajedničkom donacijom 10.000 novogodišnjih paketića Crvenom krstu Srbije** i usrećili mališane kojima je to najpotrebnije.

PRIZNANJA ZA DONIRANJE HRANE NAJUGROŽENIJIMA

SMANJENJE VIŠKOVA HRANE

Nastojimo da smanjimo viškove hrane u svim fazama našeg lanca vrednosti, i proaktivno se uključujemo u nacionalna, ali i evropska rešenja i inicijative u ovoj oblasti.

Kompanija Bambi zalaže se za unapređenje zakonskog okvira za doniranje hrane koja je pred istekom roka trajanja, što bi doprinelo boljem položaju ugroženih građana i efikasnijem upravljanju viškovima hrane, uključujući i posledice na životnu sredinu. Ukidanje PDV-a na doniranu hranu je praksa u većini zemalja Evropske unije, a takođe je u skladu sa smernicama EU za doniranje hrane i Ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija. Ovo je tema koju pokrećemo i u dijalogu sa zainteresovanim stranama.

Naše dve kompanije podržale su kampanju "Spasimo hranu, spasimo humanost", koju je sprovodila Koalicija za dobročinstvo, Fondacija Ana i Vlade Divac i Srpski filantropski forum, sa ciljem da se poveća svest građana o problemu količine bacanja hrane, nedovoljnih donacija hrane, ali i doprinese povećanju donacija hrane. Naši napori u doniranju hrane su prepoznati i na CSR & ESG forumu, gde su našim kompanijama uručena **priznanja za doniranje hrane najugroženijima,** odnosno za doprinos borbi protiv siromaštva i ostvarenju Ciljeva održivog razvoja u 2023. godini.

VOLONTIRANJE NAŠIH 2.031 SAT POKLONJEN ZAJEDNICI

Volontiranje odražava naše kompanijske vrednosti i kulturu, a ima i ozbiljnu tradiciju, jer Coca-Cola Klub volontera obeležava 20 godina postojanja. Klub Bambi volonteri nešto je mlađi, i postoji od 2017. godine.

Na nivou Coca-Cola HBC Grupe, premašen je cilj da godišnje 10% zaposlenih učestvuje u volonterskim aktivnostima. U 2023. godini, 11% zaposlenih Grupe pridružilo se nekoj od volonterskih aktivnosti.

U Srbiji, u volonterskim akcijama i mentorskim i edukativnim programima u 2023. godini učestvovalo je **219 zaposlenih kompanije Coca-Cola HBC,** koji su na taj način donirali zajednici 1.971 volonterskih sati, kao i **30 zaposlenih kompanije Bambi,** koji su zajednici donirali 60 volonterskih sati.

Coca-Cola Klub volontera, u 2023. godini, bio je izuzetno aktivan. Učestvovali smo u 3 akcije čišćenja, jednoj akciji ozelenjavanja, druženju sa decom sa smetnjama u razvoju, a organizovali smo i interni Novogodišnji humanitarni bazar:

249
ZAPOSLENIH IZ NAŠE DVE KOMPANIJE VOLONTIRALI SU U 2023.

- **Čišćenje Savskog keja** i dela novobeogradskih blokova, zajedno sa zaposlenima u kompaniji Delhaize, a povodom obeležavanja Svetskog dana voda;
- **Čišćenje brane Prvonek** u blizini Vranjske banje – kolege iz punionice Vlasinka zajedno sa zaposlenima u drugim lokalnim kompanijama i predstavnicima JP Vodovod, povodom Svetskog dana životne sredine;
- **Čišćenje rastinja pored Batajničkog druma,** u neposrednoj blizini naše punionice – akcija koju su inicirali naši zaposleni i prikupili 40 džakova otpada;
- **Učešće u ozelenjavanju Novog Sada kroz finansijsku podršku i 40 volontera** – akciju je organizovao Grad Novi Sad;
- **Pravljenje novogodišnjih čestitki sa korisnicima Dnevnog boravka za decu i omladinu sa smetnjama u razvoju u Paraćinu** – akcija koju organizujemo tradicionalno;
- Organizovali smo **interni Novogodišnji humanitarni bazar,** u kojem je učestvovalo više od 100 zaposlenih Coca-Cola HBC Srbija, ojačani sa Bambi timom! Na 15 štandova zaposleni su mogli od svojih kolega da kupe najslađe novogodišnje zalogaje, ukrase, čestitke, knjige i još mnogo autentičnih proizvoda, a sav prikupljeni novac, ukupno 365.370 dinara, donirali smo Sigurnoj kući u Beogradu.
- Tokom godine, **naši zaposleni su uložili svoje vreme da prenose znanje** - studentima na AIESEC konferenciji, kao i praktikantima u okviru programa Coke Summership

BAMBI VOLONTERI

U prvoj polovini 2023. godine smo organizovali 3 volonterske akcije. Posetili smo **Svratište za decu na Novom Beogradu,** odneli poklončiće, družili se, smejali, posvetili pažnju i uveselili kroz pripremu i farbanje Uskršnjih jaja. **U Poljoprivrednoj školi u Požarevcu smo zasadili sadnice raznih voćki,** koje su đacima potrebne kako za edukaciju, tako i za kasniju pripremu gotovih proizvoda poput slatkog i džema, koje oni prodaju u svojoj prodavnici i tako bivaju održivi. Takođe, sadili smo **sadnice u Domu za decu i omladinu Moše Pijade.** Kraj godine bio je posvećen pravljenju i distribuiranju **novogodišnjih paketića** za one kojima je to najpotrebnije, tako da smo donirali preko 15.000 paketića, kao i učestvovali u Coca-Cola HBC humanitarnom novogodišnjem bazaru.

GRI INDEKS

Izjava o korišćenju standarda	Coca-Cola HBC Srbija i Bambi izvestile su o informacijama navedenim u GRI indeksu za period 01.01.2023. – 31.12.2023. uz korišćenje *(with reference)* GRI Standarda. Ciklus izveštavanja: jednogodišnji
Korišćeni GRI 1	GRI 1: Foundation 2021
Kontakt osoba za pitanja u vezi sa izveštajem	Mileva Kuvelja Menadžerka za eksterne komunikacije mileva.seratlic@cchellenic.com Zvezdana Vuletić Menadžerka za partnerstva sa zajednicom zvezdana.zvu.vuletic@cchellenic.com Andrea Stamenković Specijalista za korporativne komunikacije andrea.stamenkovic@bambi.rs
Datum objavljivanja izveštaja	19.06.2024.

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDNINJENIH NACIJA
OPŠTI PODACI				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 OSNOVNI PODACI O KOMPANIJI	6-7		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-2 ENTITETI UKLJUČENI O IZVEŠTAJ O ODRŽIVOSTI	2, 76		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-3 PERIOD I DINAMIKA IZVEŠTAVANJA, KONTAKT OSOBA U VEZI SA IZVEŠTAJEM	76		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-4 KOREKCIJE PODATAKA	-		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-5 EKSTERNA VERIFIKACIJA	-		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-6 AKTIVNOSTI, LANAC VREDNOSTI I DRUGI POSLOVNI ODNOSI	6-7, 31		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-7 ZAPOSLENI	38	Cilj 8	Princip 6
GRI 2: General Disclosures 2021	2-8 DRUGI RADNICI	38	Cilj 8	Princip 6
GRI 2: General Disclosures 2021	2-9 STRUKTURA I SASTAV ORGANA UPRAVLJANJA	17, 39	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-10 IMENOVANJE I IZBOR NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA	17	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-11 PREDSEDAVAJUĆI NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA	17	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-12 ULOGA NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA U NADZORU NAD UPRAVLJANJEM UTICAJIMA	17		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-13 DELEGIRANJE ODGOVORNOSTI ZA UPRAVLJANJE UTICAJIMA	17		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-14 ULOGA NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA U IZVEŠTAVANJU O ODRŽIVOSTI	17		

GRI 2: General Disclosures 2021	2-15 SUKOB INTERESA	17-18	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-18 EVALUACIJA UČINKA NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA	17		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-19 POLITIKA NAKNADA	17		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-20 PROCES ZA ODREĐIVANJE NAKNADA	17		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-22 IZJAVA O STRATEGIJI ODRŽIVOG RAZVOJA	4-5		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-23 USVOJENE POLITIKE – POSLOVNA ETIKA I LJUDSKA PRAVA	18, 36	Cilj 16	Princip 10
GRI 2: General Disclosures 2021	2-24 SPROVOĐENJE USVOJENIH POLITIKA	17-18, 36		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-26 MEHANIZMI ZA SAVETOVANJE I POKRETANJE PITANJA PRIMENE	17-18, 36	Cilj 16	Princip 10
GRI 2: General Disclosures 2021	2-27 USKLAĐENOST SA ZAKONIMA I PROPISIMA	17		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-28 ČLANSTVO U UDRUŽENJIMA	16, 60, 66		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-29 PRISTUP UKLJUČIVANJU ZAINTERESOVANIH STRANA	14-16		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-30 KOLEKTIVNI UGOVOR	42	Cilj 8	Princip 3

MATERIJALNE TEME				
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 PROCES ZA ODREĐIVANJE MATERIJALNIH TEMA	14-15		
GRI 3: Material Topics 2021	3-2 LISTA MATERIJALNIH TEMA	14-15		
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 UPRAVLJANJE MATERIJALNIM TEMAMA 1. Korporativno upravljanje 2. Ekonomski uticaji 3. Kvalitet proizvoda 4. Ishrana 5. Odgovoran marketing 6. Održiva nabavka 7. Klimatske promene 8. Ambalaža i upravljanje otpadom 9. Upravljanje vodnim resursima 10. Biodiverzitet 11. Ljudska prava, poštovanje različitosti i inkluzija 12. Dobrobit i uključivanje zaposlenih 13. Odgovornost u zajednici 14. Smanjenje viškova hrane	17-18 10-11 25 26 26 31-32 49-59 59-64 64-68 68 36 41 69-75 74		

EKONOMSKI UČINAK				
GRI 201: Economic Performance 2016	**201-1 DIREKTNA GENERISANA I DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VREDNOST**	**10-11**	**Ciljevi 2,5,7,8,9**	
GRI 201: Economic Performance 2016	**201-2 FINANSIJSKE POSLEDICE I DRUGI RIZICI I PRILIKE ZA POSLOVANJE KOMPANIJE USLED KLIMATSKIH PROMENA**	**49**	**Cilj 13**	
PRAKSE NABAVKE				
GRI 204: Procurement Practices 2016	**204-1 UDEO POTROŠNJE NA LOKALNE DOBAVLJAČE NA ZNAČAJNIM LOKALITETIMA POSLOVANJA**	**31**		
ANTIKORUPCIJA				
GRI 205: Anti-corruption 2016	**205-1 PROCENAT I UKUPAN BROJ POSLOVNIH JEDINICA PODVRGNUTIH ANALIZI RIZIKA OD KORUPCIJE**	**18**	**Cilj 16**	**Princip 10**
GRI 205: Anti-corruption 2016	**205-2 KOMUNIKACIJA I OBUKE O ANTIKORUPCIJSKIM PROCEDURAMA I POLITIKAMA**	**18**	**Cilj 16**	**Princip 10**
GRI 205: Anti-corruption 2016	**205-3 POTVRĐENI SLUČAJEVI KORUPCIJE I PREDUZETE MERE**	**18**		

ANTIKOMPETITIVNO PONAŠANJE				
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	**206-1 PRAVNI POSTUPCI POKRENUTI ZBOG PONAŠANJA U SUPROTNOSTI SA NAČELOM SLOBODNE TRŽIŠNE KONKURENCIJE, TRUSTOVSKIH I MONOPOLISTIČKIH PRAKSI**	**19**	**Cilj 16**	
MATERIJALI				
GRI 301: Materials 2016	**301-1 UPOTREBLJENI MATERIJALI PREMA TEŽINI ILI ZAPREMINI**	**55-56**	**Ciljevi 8, 12**	**Principi 7, 8**
GRI 301: Materials 2016	**301-2 UPOTREBLJENI ULAZNI MATERIJAL KOJI JE RECIKLIRAN**	**55-56**	**Ciljevi 8, 12**	**Principi 7, 8**
GRI 301: Materials 2016	**301-3 PREUZETI PROIZVODI I NJIHOVI AMBALAŽNI MATERIJALI**	**61**	**Ciljevi 8, 12**	**Principi 7, 8**
ENERGIJA				
GRI 302: Energy 2016	**302-1 POTROŠNJA ENERGIJE UNUTAR KOMPANIJE**	**53-54**	**Ciljevi 7,8,12,13**	**Principi 7,8**
GRI 302: Energy 2016	**302-2 POTROŠNJA ENERGIJE VAN KOMPANIJE**	**53-54**	**Ciljevi 7,8,12,13**	**Princip 7**
GRI 302: Energy 2016	**302-3 ENERGETSKI INTENZITET**	**47-48, 53**	**Ciljevi 7,8,12,13**	**Princip 9**
GRI 302: Energy 2016	**302-4 SMANJENJE POTROŠNJE ENERGIJE**	**47-48, 53-54**	**Ciljevi 7,8,12,13**	**Principi 8, 9**

GRI 302: Energy 2016	302-5 SMANJENJE U ENERGETSKIM ZAHTEVIMA PROIZVODA I USLUGA	47-48, 53-54	Ciljevi 7,8,12,13	Principi 8, 9
VODA				
GRI 303: Water and effluents	303-3 CRPLJENJE VODE	66	Ciljevi 6, 12	Principi 7,8
GRI 303: Water and effluents	303-4 ISPUŠTANJE VODE	67	Ciljevi 6, 12	Principi 7,8
GRI 303: Water and effluents	303-5 POTROŠNJA VODE	66	Ciljevi 6, 12	Principi 7,8
BIODIVERZITET				
GRI 304: Biodiversity 2016	304-2 ZNAČAJNI UTICAJI DELATNOSTI, PROIZVODA I USLUGA NA BIODIVERZITET	68	Ciljevi 6, 14, 15	Principi 7,8
GRI 304: Biodiversity 2016	304-4 VRSTE KOJE SE NALAZE NA CRVENOM POPISU IUCN-A I NACIONALNOM POPISU UGROŽENIH VRSTA SA STANIŠTIMA NA PODRUČJIMA POGOĐENIMA POSLOVNIM DELATNOSTIMA KOMPANIJE	68	Ciljevi 6, 14, 15	Princip 7
EMISIJE				
GRI 305: Emissions 2016	305-1 DIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 1)	52-54	Ciljevi 3,12,13, 15	Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-2 INDIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 2)	52-54	Ciljevi 3,12,13, 15	Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-3 DRUGE INDIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 3)	55-57		Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-5 SMANJENJE EMISIJA GASOVA STAKLENE BAŠTE	49, 51		Principi 7,8,9
GRI 305: Emissions 2016	305-6 EMISIJE SUPSTANCI KOJE OŠTEĆUJU OZONSKI OMOTAČ	57		Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-7 NOX, SOX I DRUGE ZNAČAJNE EMISIJE U VAZDUH	57-58		Principi 7,8
OTPAD				
GRI 306: Waste 2020	306-1 GENERISANJE OTPADA I ZNAČAJNI UTICAJI U VEZI SA OTPADOM	59, 62-63	Ciljevi 3, 6, 12	Princip 8
GRI 306: Waste 2020	306-2 UPRAVLJANJE ZNAČAJNIM UTICAJIMA U VEZI SA OTPADOM	59, 62-63		
GRI 306: Waste 2020	306-3 GENERISANI OTPAD	62-63		
GRI 306: Waste 2020	306-4 OTPAD PREUSMEREN OD ODLAGANJA	62-63		
GRI 306: Waste 2020	306-5 OTPAD USMEREN NA ODLAGANJE	62-63		

EKOLOŠKA PROCENA DOBAVLJAČA				
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA VEZANIM ZA UTICAJ NA ŽIVOTNU SREDINU	31		Princip 7
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-2 ZNAČAJNI OSTVARENI I POTENCIJALNI NEGATIVNI UTICAJI NA ŽIVOTNU SREDINU KROZ LANAC DOBAVLJAČA I PREDUZETE MERE	31		
ZAPOŠLJAVANJE				
GRI 401: Employment 2016	401-1 UKUPAN BROJ NOVOZAPOSLENIH I FLUKTUACIJA ZAPOSLENIH	39	Ciljevi 5,8	Princip 6
GRI 401: Employment 2016	401-2 BENEFICIJE OSIGURANE ZAPOSLENIMA SA PUNIM RADNIM VREMENOM	41	Cilj 8	
GRI 401: Employment 2016	401-3 PORODILJSKO ODSUSTVO	39	Ciljevi 5,8	Princip 6
ODNOS ZAPOSLENIH I MENADŽMENTA				
GRI 402: Labor/Management Relations 2016	402-1 NAJMANJI PERIOD U KOME SE UNAPRED OBAVEŠTAVA O PROMENAMA U POSLOVANJU	42	Cilj 8	Princip 3

BEZBEDNOST I ZDRAVLJE NA RADU				
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 SISTEM UPRAVLJANJA BEZBEDNOŠĆU I ZDRAVLJEM NA RADU	40	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-2 IDENTIFIKACIJA, PROCENA I ISTRAGA RIZIKA	40	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-4 UČEŠĆE, SAVETOVANJE I KOMUNIKACIJA SA ZAPOSLENIMA U VEZI SA BEZBEDNOŠĆU I ZDRAVLJEM NA RADU	40	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-5 OBUKE O ZDRAVLJU I BEZBEDNOSTI NA RADU	40	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-9 POVREDE NA RADU	40	Ciljevi 3,8	

OBUKE I OBRAZOVANJE				
GRI 404: Training and Education 2016	**404-1** PROSEČAN BROJ SATI OBUKE PO ZAPOSLENOM	44	Cilj 8	Princip 6
GRI 404: Training and Education 2016	**404-2** PROGRAMI ZA UNAPREĐENJE VEŠTINA ZAPOSLENIH I PROGRAMI PODRŠKE PRI PENZIONISANJU ILI PREKIDU RADNOG ODNOSA	43	Cilj 8	
GRI 404: Training and Education 2016	**404-3** PROCENAT ZAPOSLENIH KOJI DOBIJAJU REDOVNU OCENU RADNOG UČINKA I KARIJERNOG RAZVOJA	42	Ciljevi 5,8	Princip 6
RAZLIČITOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI				
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	**405-1** SASTAV UPRAVLJAČKIH TELA I STRUKTURA ZAPOSLENIH	37-39	Ciljevi 5, 8	
NEDISKRIMINACIJA				
GRI 406: Non-discrimination 2016	**406-1** SLUČAJEVI DISKRIMINACIJE I PREDUZETE KOREKTIVNE MERE	36	Principi 2, 4, 5	
PROCENA DOBAVLJAČA – UTICAJI NA DRUŠTVO				
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	**414-1** NOVI DOBAVLJAČI PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU U VEZI SA DRUŠTVENIM UTICAJIMA	31	Cilj 8	Principi 2, 4, 5
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	**414-2** ZNAČAJNI OSTVARENI I POTENCIJALNI NEGATIVNI UTICAJI NA DRUŠTVO KROZ LANAC DOBAVLJAČA I PREDUZETE MERE	31	Cilj 8	
ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA				
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	**416-1** PROCENA ZDRAVSTVENIH I BEZBEDNOSNIH UTICAJA KATEGORIJA PROIZVODA I USLUGA	25		
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	**416-2** SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA U VEZI SA ZDRAVSTVENIM I BEZBEDNOSNIM UTICAJIMA PROIZVODA I USLUGA	25	Cilj 16	
MARKETING I OZNAČAVANJE PROIZVODA				
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	**417-1** ZAHTEVI U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	26	Cilj 12	
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	**417-2** SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA PROPISA U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	26	Cilj 16	

Coca-Cola HBC Srbija

bambi 1967

Jun, 2024. godine