

НОВА ВРЕДНОСТ МОЖЕ СЕ ИСТОВРЕМЕНО КРЕИРАТИ ЗА КУПЦЕ, АКЦИОНАРЕ, АЛИ И ЦЕЛУ ПЛАНЕТУ

Одрживост нема план Б



Испунићемо обећање дато природи: Циљ компаније је да до 2040. сведе на нулу емисију гасова са ефектом стаклене баше. Целокупна електрична енергија коју користе пунионице *Coca-Cola HBC* у Земуну, Сурдулици и Нересници је из обновљивих извора, на те изворе је прешла и фабрика Бамби

Када је пре девет година представила свој први локални извештај о одрживом пословању, *Coca-Cola HBC* Србија променила је разумевање и извештавање о одрживости на целом тржишту. Данас, након недавног представљања деветог *Извештаја о одрживом пословању*, Светослав Атанасов, генерални директор *Coca-Cola HBC* Србија и Црна Гора, каже да за одрживост не постоји план Б, јер је то једини исправан начин пословања у овим изазовним временима.

Шта за вас значи одрживост – само лепу причу или суштинску промену начина пословања?

Ако би била само лепа прича, онда орам рећи да та прича долази уз не малу цену – како материјалну, тако и цену укупне трансформације пословних процеса и начина рада. Одрживост је реч за заједничку борбу за опстанак планете. Поносан сам што *Coca-Cola HBC* Србија на домаћем тржишту ужива репутацију иницијатора кад је одрживо пословање посредни и што нашим искуством дајемо замајак развоју одрживих пракси. Свакако, свестан сам да има оних који неће веровати, који ће рећи да корпорације не могу кредибилно да говоре о одрживости. Стога је мој одговор: да, сваки бизнис долази са одређеним утицајем на људе и планету. И да, свесна тог утицаја, наша генерација ад-

ресира ово питање, транспарентно говори о томе и спремна је да преузме одговорност за будућност.

Један од начина на који адресирате тај утицај је и обећање да ће *Coca-Cola HBC* групација до 2040. године постићи нето нулту емисију гасова стаклене баште у целом ланцу вредности. Може ли компанија то постићи сама?

Можемо много тога, и то нећемо урадити сами. Партнерства су кључна, нарочито ако знамо да се велики проценат наших емисија генерише индиректно, у нашем ланцу вредности (купци, добављачи и сл). Много тога

смо већ сада остварили и пуно је посла у наредних 18 година, што је, верујем, довољно времена да испунимо ово обећање дато природи. *Coca-Cola HBC* Србија већ две године у својим пунионицама у Земуну и Сурдулици користи целокупну електричну енергију из обновљивих извора, а од недавно је то случај и са нашом тек отвореном пунионицом у Нересници, где производимо газирану воду *Rosa Хомоље*. На обновљиве изворе је прешла и фабрика Бамби, која је такође део наше породице.

У односу на 2007, закључно са прошлом годином, смањили смо укупну потрошњу енергије по литру произведеног пића за чак 56, а потрошњу воде за 53,45одсто. Мењамо и возни парк, уводећи такозвану „зелену флоту“ аутомобила са мањим негативним утицајем на климу. Такође прелазимо на енергетски ефикасније расхладне уређаје.

Свака од ових активности мали је допринос бољој будућности, али не смео заборавити да је *будућност заједничка одговорност*, што је и главна порука нашег новог *Извештаја о одрживом пословању*. Свако би требало да уради свој део.

Као компанија, увек сте усмерени на раст и задржавање лидерске позиције. Како наћи баланс између потребе бизниса да расте и потребе за одрживошћу?

Интеграцијом те две потребе. Како ја то видим, треба да промислимо нове начине пословања, а иновације се намећу као одговор. Улажемо у нове категорије, амбалажу и паковања која су више *eco-friendly*, дигитализацију, али исто тако и нове производе, укусе са мање или без калорија, мање порције. Све ово нас мења, показујући нам да можемо у исто време креирати и нове вредности за наше потрошаче и купце, акционаре, али и нашу планету.

Глобална рецесија, криза у Украјини, проблеми са снабдевањем, пандемија. Како даље?

Кроз снажније повезивање са људима из сопствених редова, њихово оснаживање и вредновање. Ширимо мрежу партнера, у жељи да будемо још бољи и одрживији, па смо тако прва компанија у Србији која је основала ЕСГ Саветодавни одбор, наше важне саветнике за развој одрживих политика. Више од хиљаду наших запослених, више од 35 хиљада купаца, али и милиони потрошача од нас очекују не само најбољи производ, већ да будемо пионери промена. Стара индијанска пословица каже: „Не наслеђујемо Земљу од наших предака, позајмљујемо је од наше деце“. И заиста је тако, послујемо свесни тога да одрживост нема план Б.

56

ОДСТО

је 2021. у односу на 2007. смањена потрошња енергије, а за 53,4 одсто потрошња воде по литру произведеног пића