

ODRŽIVOST

SNAGA KOJA POKREĆE ZAJEDNIČKE PROMENE



Dobrodošli u Izveštaj o održivom poslovanju kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi za 2024. godinu.

Ovo je 12. Izveštaj Coca-Cola HBC Srbija i 5. koji obuhvata i rezultate kompanije Bambi, kroz koji predstavljamo naš zajednički napredak u ostvarivanju ciljeva održivosti. Izveštaj je pripremljen u skladu sa smernicama vodeće svetske metodologije za izveštavanje – Global Reporting Initiative (GRI), čime obezbeđujemo transparentnost i uporedivost naših rezultata.

Verujemo da je održivost pokretačka snaga promena koje gradimo zajedno sa našim zaposlenima, partnerima, potrošačima i zajednicom. Kroz stranice ovog Izveštaja, podelićemo primere konkretnih aktivnosti kojima doprinosimo stvaranju otpornijih zajednica i očuvanju naše planete.

Zajedno, pokrećemo promene koje traju.

SADRŽAJ

03	Najznačajniji rezultati u 2024. godini	58	Ljudska prava, različitost i inkluzija
04	Uvodnik – generalni direktor Coca-Cola HBC Srbija	60	Razvoj zaposlenih
05	Uvodnik – generalni direktor Bambi		
06	POGLAVLJE 1 – O NAMA	63	POGLAVLJE 4 – ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE
06	Rast, partnerstvo i liderstvo: Naš put do uspeha	64	Ključne aktivnosti i rezultati u 2024. godini
08	Društveno-ekonomski uticaj Coca-Cola sistema i kompanije Bambi u Srbiji	65	Naš pristup zaštiti životne sredine
10	Jedinstvenost našeg portfolija	67	Ekološki parametri
11	Naša vizija	69	Klimatske promene i obnovljiva energija
12	Finansijski pokazatelji	81	Ambalaža i upravljanje otpadom
13	Strateški pristup održivosti	87	Voda
15	Pristup materijalnosti i uključivanje zainteresovanih strana	94	Biodiverzitet
18	Upravljanje		
22	POGLAVLJE 2 – TRŽIŠTE	95	POGLAVLJE 5 – ZAJEDNICA
23	Ključne aktivnosti i rezultati u 2024. godini	96	Ključne aktivnosti i rezultati u 2024. godini
25	Osvrt na tržište u 2024. – Coca-Cola HBC Srbija	98	Mladi u fokusu naših razvojnih programa
28	Osvrt na tržište u 2024. – Bambi	100	Partnerstva za snažniji razvoj lokalnih zajednica
29	Zdravlje i bezbednost potrošača	101	Donacije i sponzorstva
34	Kupac na prvom mestu	106	Volontiranje
37	Lanac snabdevanja zasnovan na poverenju i odgovornosti	107	Inicijative usmerene na upravljanje ambalažnim otpadom
41	POGLAVLJE 3 – NAŠI LJUDI	108	GRI INDEKS I INDIKATORI
42	Ključne aktivnosti i rezultati u 2024. godini		
43	Zaposleni (struktura)		
44	Radni uslovi		
50	Briga o zaposlenima i benefiti		
55	Zdravlje i bezbednost		



1157

671

BROJ
ZAPOSLENIH

7%

4,16%

FLUKTUACIJE
ZAPOSLENIH

33.000

5.000

SATI EDUKATIVNIH
TRENINGA ZA ZAPOSLENE

76,2%

46,57%

SMANJENJA EMISIJA CO2 DIREKTNO POVEZANIH
SA NAŠIM OPERACIJAMA (2017-2024)

100%

100%

ENERGIJE IZ
OBNOVLJIVIH IZVORA

93%

97%

„ZELENIH“
VOZILA

100%¹

99,7%²

ZBRINUTOG
OTPADA

100%

98,3%

AMBALAŽNOG PAKOVANJA
MOŽE DA SE RECIKLIRA

83%

77,56%

NABAVKE OD DOMAĆIH
DOBAVLJAČA

55,01%³

19,65%⁴

MANJA POTROŠNJA
VODE



>3000 MLADIH OSNAŽENO KROZ PROGRAME PODRŠKE

>200.000 EUR INVESTIRANO U LOKALNE ZAJEDNICE

>200.000 LITARA i 39T DONIRANO U PROIZVODIMA

>2500 VOLONTERSKIH SATI



ODRŽIVOST

SNAGA KOJA POKREĆE ZAJEDNIČKE PROMENE

¹ na lokaciji fabrike i kancelarijama u Beogradu

² na lokaciji fabrike u Požarevcu

³ po litru proizvedenog pića (2007 - 2024)

⁴ ukupna potrošnja vode (2017-2024)

Poverenje u uspeh i snaga zajedništva

Dragi partneri,

Ukoliko u jednoj reči pokušamo da sumiramo proteklu godinu, za nas bi to bilo poverenje. Postoji izreka o poverenju koja ukazuje na to da se ono ne traži, već stiče kroz konkretna dela. Zato je naša poslovna, 2024. godina protekla u znaku poverenja u pozitivan rezultat - od načina na koji smo planirali i realizovali investicioni ciklus, preko strateškog pristupa širenju našeg 24/7 portfolija, do ulaganja u projekte čiji je cilj osnaživanje i podrška lokalnoj zajednici.

Nastavili smo da gradimo partnerske veze i poverenje naših partnera, kupaca i dobavljača, a naši zaposleni, svojim radom i posvećenošću, ključni su deo tog procesa, jer bez snažnog tima nema ni stabilnog rasta.

Uprkos geopolitičkim kretanjima u svetu i nestabilnostima koje se odražavaju kroz inflaciju koja je, iako smanjena, ostala iznad ciljanog nivoa, u 2024. godini pokazali smo otpornost i spremnost da investiramo u naše poslovanje, s ciljem dugoročno održivog rasta. Uložili smo oko 36 miliona evra u proizvodne kapacitete, digitalizaciju i automatizaciju procesa, lansirali novu SmartCan proizvodnu liniju, gradimo najsavremeniji skladišni prostor u našoj poslovnoj jedinici. Svakodnevno pokazujemo da samo odgovornošću i neprestanim sagledavanjem prilika za rast možemo planirati održivu budućnost, a temelji koje danas postavljamo moraju biti stabilna osnova za buduća ulaganja.

Na tržištu Srbije sarađujemo sa više od 37.000 kupaca, dok nam je u prošloj godini usluge isporučivalo 1.040 dobavljača. Želimo da partnerski gradimo odgovoran lanac vrednosti, ali i da naš rast istovremeno otvori prilike i za njihov napredak. Posebno me raduje i povratna informacija od naših kupaca – u 2024. godini, zadovoljstvo u saradnji sa Coca-Cola HBC Srbija (Net Promoter Score) poraslo je za 5 procentnih poena, dostigavši 82%. Tome zasigurno doprinose značajne investicije i pojednostavljivanje procesa kroz digitalne kanale, pa se do danas 50% narudžbenica automatski generiše korišćenjem naprednih alata za Robotic Process Automation (RPA).

Tokom godine raslo je i naše poverenje u lokalne dobavljače, čiji je udeo u ukupnom budžetu nabavke dostigao 83%. Prilike se otvaraju i za razmenu iskustava i znanja,

Saša Marković
Generalni direktor
Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora



pa smo i ovoga puta organizovali Coke Akademiju za ugostitelje i maloprodavce, a kroz Dan zelene nabavke tradicionalno motivišemo i naše dobavljače da zajedno pronađemo rešenja da još više „ozelenimo“ celokupan lanac vrednosti.

Merenjem našeg učinka na putu ka nultim emisijama do 2040. godine, uspeli smo da smanjimo direktne, CO2 emisije za 76,2%, u odnosu na baznu 2017. godinu, a u nameri da zaštitimo izvorišta i vodene tokove, tokom prošle godine smanjili smo potrošnju vode po litri proizvedenog pića za 55% u odnosu na baznu, 2007. godinu. Sa našim zaposlenima promovišemo održivost koja je u osnovi naših vrednosti, pa smo 2024. godine uložili 2.589 volonterskih sati, čak 558 više u odnosu na 2023. godinu. Preko 200 hiljada litara pića donirali smo kroz različite društveno-odgovorne aktivnosti, a zajedno sa kompanijom Bambi donacije kroz različite inicijative u zajednici dostižu 200 hiljada evra.

Svaki uspeh koji ostvarujemo zasnivamo na poverenju u dostignuća naših ljudi, koji ne samo da doprinose rezultatima već ih stvaraju i pomeraju granice, vodeći se vrednostima koje promovišu integritet, zajedništvo i održivost na svakom koraku.

Pred vama je naš 12. Izveštaj o održivom poslovanju, i 5. sa kompanijom Bambi, koji potvrđuje našu posvećenost da sa dugoročnim pogledom ka budućnosti danas preduzimamo konkretne korake kako bismo, udruženi u poverenju i zajedničkim vrednostima, stvarali dugoročne prilike za rast.

Hvala vam na poverenju i partnerstvu.

“Svaki uspeh koji ostvarujemo zasnivamo na poverenju u dostignuća naših ljudi”

Održivost kao kompas u kriznim vremenima

Godina za nama bila je sve osim obična. Suočili smo se sa jednim od najvećih izazova u istoriji kompanije Bambi, požarom koji je pogodio 80 odsto našeg proizvodnog pogona. Verujemo da se istinska snaga jedne kompanije ogleda i u tome kako odgovara na izazove pa tokom ovog perioda održivost za nas nije bila tek jedan od zadataka sa spiska, već kompas u vremenu krize. Uporedo sa obnavljanjem proizvodnih linija, nismo zaboravili na odgovornost prema zaposlenima, zajednici, partnerima, potrošačima i životnoj sredini. Uprkos svemu, nastavili smo da ulažemo, inoviramo, delimo, učimo i rastemo.

Iako je proizvodna hala u Požarevcu pretrpela ogromnu štetu, ni u jednom trenutku nismo dozvolili da ugrozimo ono što je za nas najvažnije – ljude. U tim trenucima, bilo je jasno da pred sobom nemamo samo zadatak obnove fabrike, već nešto mnogo važnije, očuvanje poverenja zaposlenih i vrednosti koje godinama negujemo. Sve naše kolegice i kolege zadržali su svoja radna mesta, jednaku visinu primanja, benefite i sigurnost. Nijedan čovek nije bio ugrožen, ni u trenutku nesreće, ni tokom izuzetno zahtevne i brze rekonstrukcije. U početku je to bio apsolutni prioritet, a potom i naš prvi i najvažniji uspeh.

I u otežanim okolnostima ostali smo posvećeni i donirali više nego ikada, duplo više nego prethodne godine - gotovo 40 tona proizvoda. Prve količine proizvedene Plazme otišle su onima koji su je s najvećim nestrpljenjem iščekivali – mališanima u vrtićima i đacima prvacima. Istovremeno, nastavili smo podršku događajima i manifestacijama koje imaju poseban značaj za društvo, jer je jedan od naših zadataka da budemo stabilna tačka oslonca zajednici u kojoj poslujemo.

U komunikaciji sa potrošačima naši glavni principi bili su otvorenost i transparentnost. Kampanjom „Mrvica strpljenja“ pozvali smo ljude na solidarnost i deljenje, verujući da će razumevanje uvek nadjačati nestrpljenje. Ljubav, podrška i vera koju smo za to vreme dobili, vrednije su od bilo kog tržišnog pokazatelja. I na kraju, uprkos svemu, godinu smo završili kao lider na tržištu. I to najviše govori.

Iako to nije bilo očekivano, mi smo nastavili i da inoviramo – proizvodi koji su osmišljeni u našem Centru za istraživanje i razvoj, sa ponosom su zauzeli svoje

mesto na rafovima, ali i korpama potrošača, nastavljajući da grade poverenje u Bambi. To je pokazatelj snage inovacije i značaja strategije koja je dugoročno posvećena kvalitetu i odgovornosti.

Kraj 2024. godine dočekali smo u jeku radova na izgradnji novog pogona i dve najduže linije za tvrdi keks u Evropi. Međutim, ova obnova mnogo je više od fizičke rekonstrukcije fabrike. Izgrađena po najvišim standardima bezbednosti i efikasnosti, ona predstavlja simbol nove ere održivog poslovanja u koju kompanija Bambi ulazi, i tek prvu stepenicu na putu ostvarenja velikih planova koji su pred nama.

Zato na kraju želim da uputim najdublju zahvalnost – zaposlenima, partnerima, potrošačima, zajednici. Jedino uz razumevanje, strpljenje i zajedništvo možemo rasti čak i iz onih okolnosti koje nas najviše iskušavaju. I tek tada, mrvica zaista postane simbol veličine.

Dragan Stajković
Generalni direktor
Bambi



„U najtežim trenucima ne meri se profit, već poverenje. Zadržali smo sve ljude, podelili više nego ikad i ostali uz zajednicu. Zato smo sada ovde – jači, odgovorniji, spremniji.“

Rast, partnerstvo i liderstvo:

Naš put do uspeha

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 davne 1968. godine. Danas raspolazemo najširim 24/7 portfolio u industriji pića, sa proizvodima koji odgovaraju na raznovrsne potrebe savremenih potrošača.

Dosadašnje poslovanje obeležilo je ekstenzivno investiranje, kontinuirani razvoj i širenje poslovanja, kako u domenu proširenja portfolija tako i u pogledu investiranja u proizvodne kapacitete. Od 2019. godine, deo naše,

Coca-Cola HBC Grupe je i kompanija Bambi, vodeći proizvođač konditorskih proizvoda u regionu Balkana, sa tradicijom dugom više od 55 godina.

Kompanija Bambi godišnje proizvede više desetina hiljada tona konditorskih proizvoda, a pored zemalja regiona, ova kompanija izvozi na tržišta Evropske unije,



3 punionice
(Zemun, Vlasina, Neresnica)

14 distributivnih centara

1 fabrika konditorskih proizvoda

>50 brendova

24 proizvodne linije

1.828 zaposlenih

Kako je mrvica postala simbol veličine

Uprkos izazovima koje je prouzrokovao požar u junu 2024. godine, kompanija Bambi je svojim odgovornim i pravovremenim postupcima uspeła da očuva bezbednost zaposlenih i stabilnost radnih mesta, kao i kontinuitet poslovanja. Zahvaljujući posvećenosti naših kolega i podršci vernih potrošača, uspešno smo prevazišli krizni period i godinu završili kao lideri u kategoriji biskvita.

Posebno je važno istaći da tokom akcije saniranja požara nije bilo povređenih — ni među zaposlenima, ni među angažovanim vatrogascima. Dodatno, ni tokom intenzivnih radova na obnovi proizvodnih linija nije zabeležen nijedan incident. Svi naši zaposleni zadržali su svoja radna mesta i ugovorene beneficije, što je dodatno potvrdilo našu odgovornost prema ljudima i zajednici.

U periodu kada Plazma original nije bila dostupna na svim prodajnim mestima, naši ostali brendovi, naročito inovativni proizvodi, zabeležili su značajan rast i dodatno učvrstili tržišnu poziciju kompanije. Paralelno smo aktivno radili na održavanju snažne veze sa potrošačima kroz pažljivo osmišljene kampanje koje su naišle na široku podršku i prepoznatljivost.

Kao izraz zahvalnosti za poverenje i strpljenje, nakon ponovnog pokretanja proizvodnje u ograničenom kapacitetu, prve količine Plazme poklonili smo deci u više od 2.600 predškolskih ustanova širom Srbije, kojima je ovaj brend najviše nedostajao.

Nakon ponovnog pokretanja proizvodnje u ograničenom kapacitetu, kompanija Bambi odlučila je da prve proizvedene količine Plazme pokloni onima kojima je ona najviše nedostajala - deci u više od 2.600 predškolskih ustanova širom Srbije.

Coca-Cola HBC Srbija i kompanija Bambi deo su Grupe Coca-Cola HBC, jedne od najvećih punionica Coca-Cola proizvoda u svetu, strateškog partnera kompanije Coca-Cola. Poslovanje Coca-Cola HBC kompanije započeto je 1951. Godine u Nigeriji, kada je osnovana kompanija za flaširanje u Lagosu. Od tada, poslovanje se širilo, da bi danas Coca-Cola HBC Grupa poslovala na 29 tržišta, prostirući se od Jermenije do Austrije, od Egipta do Estonije i od Srbije do Švajcarske, što obezbeđuje jedinstveno geografsko prisustvo u Zapadnoj, Centralnoj i Istočnoj Evropi, ali i sve šire prisustvo i na kontinentu Afrike. Danas, Coca-Cola HBC zapošljava 33.000 ljudi i svojim proizvodima osvežava čak 750 miliona potrošača, oslanjajući se na efikasne kanale distribucije i vodeće pozicije na tržištu.

Održivost je integrisana u sve aspekte poslovanja Coca-Cola HBC Grupe, a napredak na polju održivosti potvrđen je vodećim pozicijama u industriji napitaka u 10 najpriznatijih ESG rejtinga, među kojima su DJSI, CDP Climate and Water, MSCI ESG, ISS ESG, V.E. Moody's ESG i Morningstar Sustainalytics.

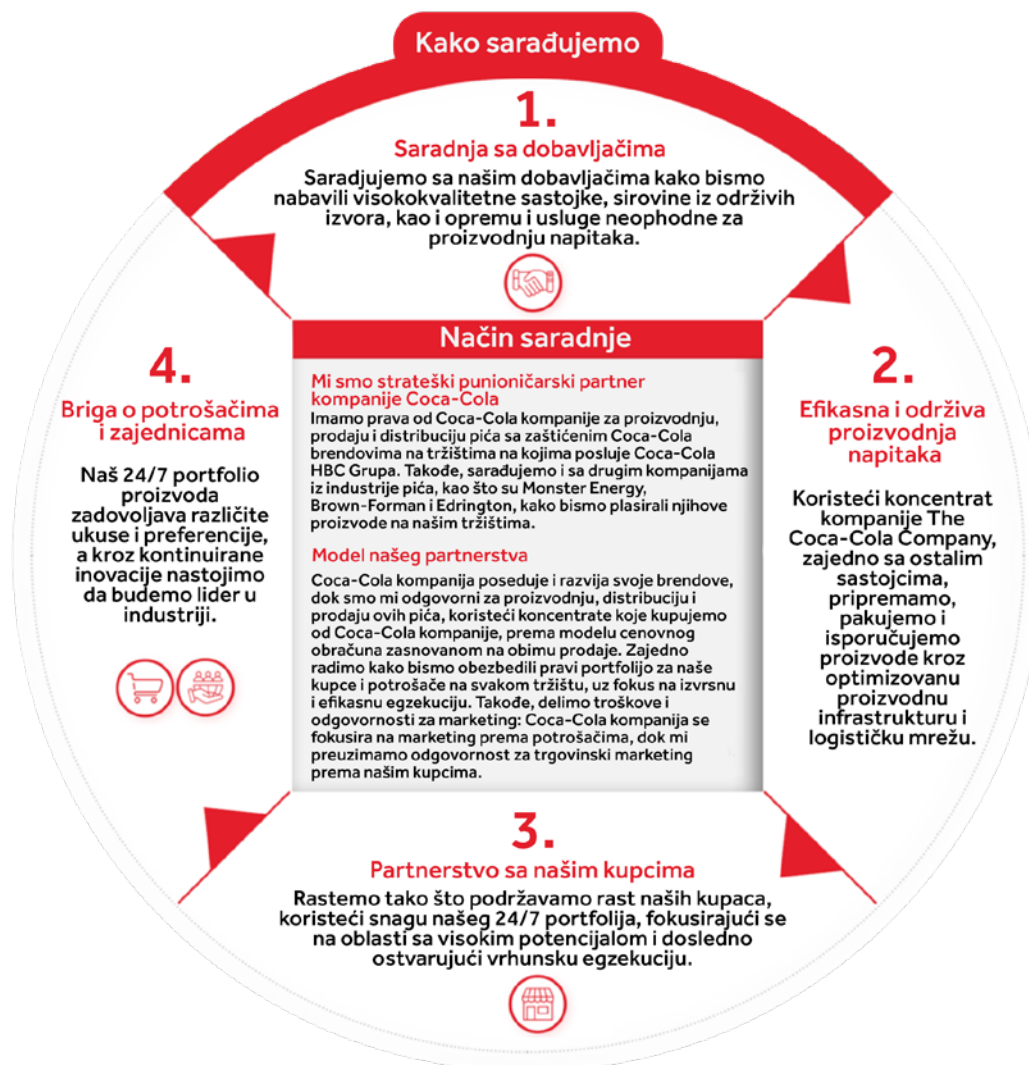
Posebno smo ponosni što je u 2024. godini Coca-Cola HBC Grupa po osmi put proglašena za najodrživiju na svetu u industriji napitaka prema Dow Jones indeksu održivosti, dok se već 14 godina unazad nalazi među prve tri kompanije.

Kompanija Coca-Cola HBC rangirana je osmi put zaredom kao najodrživija u industriji pića u 2024. godini, prema Dau Džons (Dow Jones) klasifikaciji najboljih u svojoj kategoriji. Ovu klasifikaciju, ranije poznatu kao Dau Džons indeks održivosti, rangira korporacija „S&P Global“*, koja je potvrdila leadersku poziciju kompanije Coca-Cola HBC na globalnom nivou. Kompanija Coca-Cola HBC AG, u okviru koje posluje i Coca-Cola HBC Srbija, posvećena je održivom poslovanju, što uključuje borbu protiv klimatskih promena i zaštitu vodnih resursa. Zahvaljujući ovim naporima, rangirana je i kao lider na CDP listi (Carbon Disclosure Project, odnosno merenju učinka kompanije u oblasti klimatskih promena), dostigavši dvostruku A ocenu za klimu i vodu u 2024. godini.



Coca-Cola HBC zadržala vodeće pozicije u okviru kredibilnih ESG rang lista

Odnos Coca-Cola HBC kompanije sa kompanijom Coca-Cola



Vlasnička struktura

Vlasnik kompanije Coca-Cola HBC Srbija d.o.o. sa 100% vlasničkog udela u osnovnom kapitalu Društva, jeste 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 je 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 i listirana je na Atinskoj i Londonskoj berzi.



Coca-Cola sistem i Bambi doprineli srpskoj ekonomiji sa 633 miliona evra dodatne vrednosti



DRUŠTVENO-EKONOMSKI UTICAJ COCA-COLA SISTEMA I KOMPA NIJE BAMBI U SRBIJI

za 2023. godinu



Coca-Cola sistem je u 2023. godini proizveo **701** milion litara bezalkoholnih napitaka.

Kompanija Bambi je u istoj godini proizvela više od **31** milion kilograma konditorskih proizvoda.

Kroz celokupan lanac vrednosti, Coca-Cola sistem i kompanija Bambi, podržali su generisanje **633** miliona € što predstavlja **0,9%** bruto domaćeg proizvoda Srbije.

Istovremeno, direktno su doprineli sa **106** miliona € kroz isplaćene zarade i plaćene poreze i doprinose.

Sistem je indirektno, duž celog lanca vrednosti, podržao generisanje dodatnih **527** miliona €.

Sektor trgovine jedan je od najvećih korisnika ukupnih aktivnosti Coca-Cola sistema i kompanije Bambi, kroz koji je podržano generisanje **166** miliona € dodatne vrednosti.

Od domaćih dobavljača nabavljena je roba i usluge u vrednosti od **162** miliona €.

Kroz celokupan lanac vrednosti, ukupno je uplaćeno **343** miliona € poreza i doprinosa, što čini **1,3%** ukupnih poreskih prihoda Republike Srbije.

Od ukupno uplaćenih poreskih davanja, **76** miliona € uplaćuje direktno Coca-Cola sistem sa kompanijom Bambi.

U celokupnom lancu vrednosti, kompanije su podržale **22.600** radnih mesta, što predstavlja **0,75%** ukupnog broja zaposlenih u Srbiji.

Ove kompanije direktno zapošljavaju **1.788** ljudi, a svako radno mesto u Coca-Cola sistemu i kompaniji Bambi podržava 11 radnih mesta u širem lancu vrednosti.

*Navedeni podaci se odnose na 2023. godinu.



Jedinstvenost i snaga našeg portfolija

Naš portfolio obuhvata neka od najpoznatijih svetskih brendova pića, ali se njegova snaga ne ogleda samo u prepoznatljivosti već u izuzetnoj širini i sposobnosti da na tržište konstantno donosi inovacije. Reč je o jedinstvenom 24/7 portfolio – pažljivo razvijenom kako bi odgovorio na potrebe potrošača u svakoj prilici, u bilo koje doba dana, svih sedam dana u nedelji. Od gaziranih i energetske pića, preko kafe i napitaka za hidrataciju, do hladnih čajeva, sokova i premium alkoholnih pića – naš asortiman je osmišljen tako da prati savremeni stil života i dinamične navike potrošača. Posebno mesto zauzima i Bambi portfolio, sa više od 100 proizvoda koji obuhvataju bogat izbor biskvita (prelivenih i neprelivenih), kekseva od celog zrna, napolitanki, barova i slanah grickalica.



Snažna distribucija uključuje širok spektar potrošačkih kanala – supermarketi, male prodavnice, automati, hoteli, restorani i kafići, odnosno HoReCa kanal. Prisustvom u više kanala i sa većim brojem kupaca nego bilo koji konkurent, gradimo bliske odnose i aktivno podržavamo naše partnere u razvoju njihovog poslovanja – jer verujemo da je zajednički rast put ka dugoročnoj održivosti.

Naš 24/7 portfolio za Coca-Cola HBC Srbija ima značajan potencijal rasta, predvođen strateškim kategorijama – gaziranim pićima, energetske pićima i kafom.



VIZIJA VODEĆI 24/7 PARTNER ZA OSVEŽENJE

STUBOVI RASTA

KAKO RASTEMO

KAKO MERIMO



**KORISTIMO SNAGU
NAŠEG JEDINSTVENOG
PORTFOLIJA**

Nudimo najbolji 24-7 portfolio u partnerstvu sa Coca-Cola kompanijom.

**POBEĐUJEMO
NA TRŽIŠTU**

Gradimo nepobedive timove pravih partnera za naše kupce, uz izvrsnost u izveštajima u svakom kanalu.

**PODSTIČEMO RAST
KROZ KONKURENTNOST
INVESTICIJE**

Transformišemo, inoviramo i digitalizujemo naše poslovanje, kako bismo bili spremni za budućnost.

**NEGUJEMO POTENCIJAL
NAŠIH LJUDI**

Ulažemo u građenje najboljih timova u industriji. Razvijamo inkluzivnu kulturu rasta uz osnažene ljude.

**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.

Kroz postavljene finansijske ciljeve, kao i ciljeve održivosti definisane našom Misijom 2025.

Finansijski pokazatelji

Coca-Cola HBC Srbija 2024.

1. Direktna generisana ekonomska vrednost	53.019.031
Prihodi UKUPNO	
Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi	53.019.031
2. Distribuirana ekonomska vrednost	50.594.376
Operativni troškovi UKUPNO:	36.119.775
Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO:	5.130.088
Rashodi u vezi sa obezbeđivanjem kapitala UKUPNO:	3.031.559
Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO:	6.294.527
Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO:	*18.427
3. Zadržana ekonomska vrednost (investicije, akcije, itd. 1. – 2.)	2.424.655

Bambi 2024.

1. Direktna generisana ekonomska vrednost	13.724.582
Prihodi UKUPNO	
Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi	13.724.582
2. Distribuirana ekonomska vrednost	12.219.711
Operativni troškovi UKUPNO:	9.250.328
Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO:	2.436.046
Rashodi u vezi sa obezbeđivanjem kapitala UKUPNO:	2.040
Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO:	411.198
Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO:	*6.811
3. Zadržana ekonomska vrednost (investicije, akcije, itd. 1. – 2.)	1.504.871

Navedeni podaci dati su u hiljadama RSD i odnose se na 2024. godinu.

*Uključuje novčane donacije i sponzorstva nekomercijalnog karaktera

Strateški pristupamo održivosti

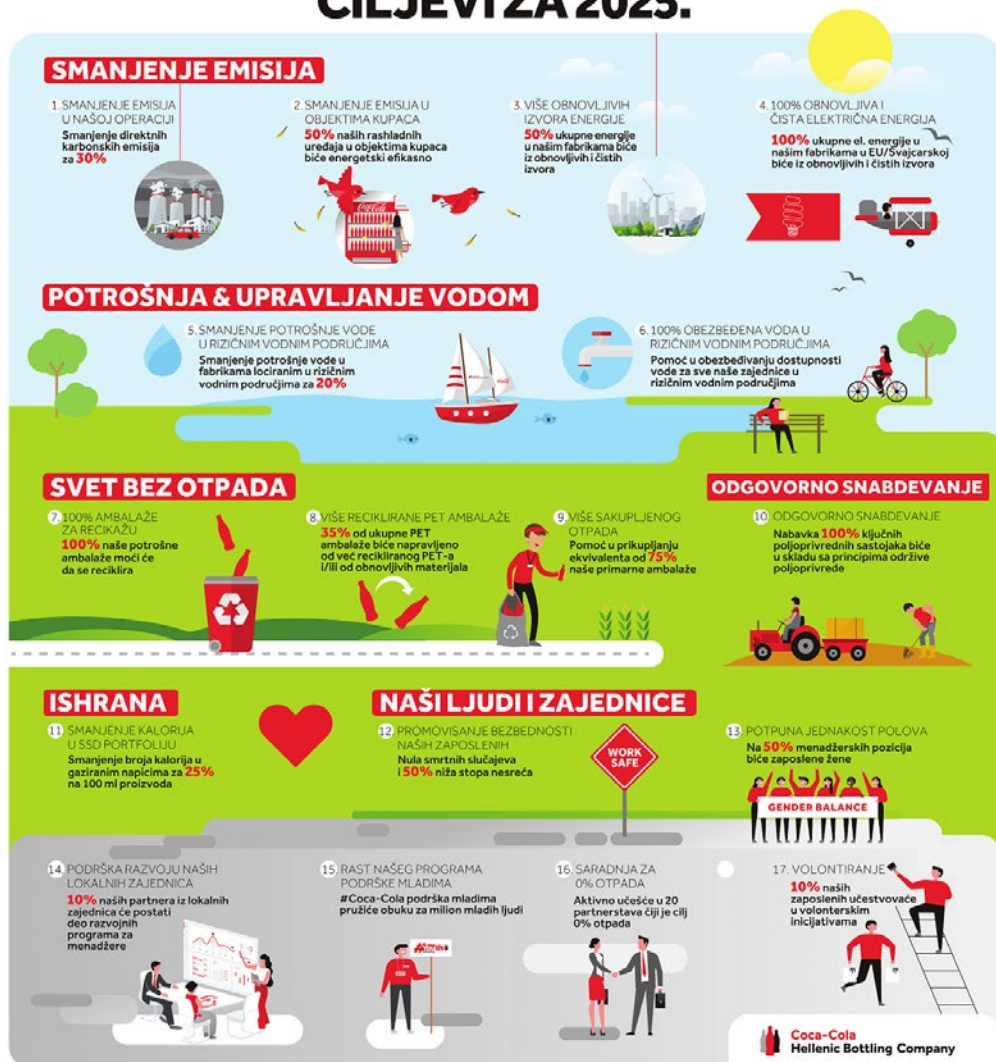
Misija Održivosti

Održivost je integrisana u sve aspekte poslovanja, i čini osnovu naše poslovne strategije koja ima za cilj kreiranje i deljenje vrednosti sa svim zainteresovanim stranama. Naš pristup Misija 2025 zasnovan je na uključivanju zainteresovanih strana i matrici materijalnosti, i u potpunosti je usklađen sa Ciljevima održivosti Ujedinjenih nacija (SDGs). Šest ključnih oblasti odražavaju naš lanac vrednosti: smanjenje emisija, smanjenje upotrebe vode i upravljanje vodnim resursima, ambalaža, nabavka sastojaka, ishrana i naši ljudi i zajednice. Svaki od ciljeva na koji smo se obavezali Misijom 2025 razložen je na niz godišnjih ciljeva, a pregled rezultata dostignutih u 2024. godini dat je narednim poglavljima.

OBLASTI ODRŽIVOSTI I MATERIJALNE TEME	UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	TARGET 2025
KLIMA I OBNOVLJENA ENERGIJA	7	Smanjenje karbonskih emisija u našim operacijama za 30%
Mitigacija klimatskih promena	9	50% ukupne energije koja se koristi u našim punionicama iz obnovljivih i čistih izvora
Energija	11	50% ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora
	12	100% električne energije u našim fabrikama u EU i Švajcarskoj iz obnovljivih i čistih izvora
	13	
SMANJENJE UPOTREBE VODE I UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA	6	Smanjenje potrošnje vode u punionicama lociranim u rizičnim vodnim područjima za 20%
Potrošnja vode	9	100% obezbeđena dostupnost vode u svim našim zajednicama u rizičnim vodnim područjima
Crpljenje vode	11	
Zagađenje vode	12	
Voda i sanitarni uslovi	15	
	17	

OBLASTI ODRŽIVOSTI I MATERIJALNE TEME	UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	TARGET 2025
AMBALAŽA I UPRAVLJANJE OTPADOM	8	Pomoć u prikupljanju 75% ekvivalenta naše primarne ambalaže
Priliv resursa, uključujući upotrebu resursa	9	
Odliv resursa povezan sa proizvodima i uslugama	11	35% ukupne PET ambalaže napravljeno od recikliranog PET-a i/ili od PET-a od obnovljivih materijala
Zagađenje tla	12	
	14	100% potrošne ambalaže će moći da se reciklira
	17	
NABAVKA SASTOJAKA	8	100% ključnih poljoprivrednih sastojaka nabavljeno u skladu sa principima održive poljoprivrede
Mitigacija klimatskih promena	9	
Zemljište – ekosistem i prenamena	12	
Sigurno zaposlenje	13	
Aдекватne zarade		
Obuke i razvoj veština		
ISHRANA	3	Smanjenje broja kalorija u gaziranim napicima za 25% na 100ml proizvoda
Zdravlje i bezbednost potrošača	12	
Prakse odgovornog marketinga		
NAŠI LJUDI I ZAJEDNICE	3	10% učesnika iz zajednice u razvojnim programima za menadžere
Zdravlje i bezbednost	4	Milion mladih obučeno kroz program osnaživanja
Sigurno zaposlenje	5	Učešće u 20 partnerstava čiji je cilj 0% otpada
Obuka i razvoj veština	8	Učešće 10% zaposlenih u volonterskim inicijativama
Različitost	10	
Rodna ravnopravnost i jednaka zarada za rad jednake vrednosti	11	
Osnaživanje mladih	12	0 povreda sa fatalnim ishodom u našoj radnoj snazi
	16	Stopa povreda smanjena za 50% na 100 zaposlenih
	17	50% žena na menadžerskim pozicijama

MISIJA ODRŽIVOSTI CILJEVI ZA 2025.



Istara godišnjak 2017

Kao deo Coca-Cola HBC Grupe, prateći oblasti održivosti Misije 2025, kompanija Bambi je takođe definisala svoju Misiju održivosti, sa rokom ispunjenja ciljeva do 2030. godine:

MISIJA ODRŽIVOSTI – 2030.

ODGOVORNO SNABDEVANJE

- Nabavka 100% sertifikovanog održivog kakao-a
- Nabavka 100% RSPO palminog ulja/prelazak na non palm masti
- >90% ukupne ambalaže biće od recikliranih i/ili obnovljenih materijala

SVET BEZ OTPADA

- Optimizacija pakovanja od fleksibilne ambalaže
- >90% naših pakovanja moći će da se reciklira
- Zero waste otpada na deponiji

SMANJENJE UPOTREBE VODE

- Smanjenje ukupne potrošnje vode za 12,5%

ISHRANA

- Održavanje visokog nivoa kvaliteta i integriteta proizvoda
- Smanjenje sadržaja šećera, soli, zasićenih masti i aditiva/adaptacija portfolija
- Komunikacija preporučenih dnevnih unosa – porcija na pakovanju

SMANJENJE EMISIJE CO2

- 100% električne energije iz obnovljivih izvora
- Postavljanje solarnih panela
- Vozni park – TNG i HIBRIDNA vozila
- Pošumljavanje – Bambi ŠUME
- Pojačana saradnja sa dobavljačima sirovina animalnog porekla
- Povećanje energetske efikasnosti
- Zamena klima (ODXP – D i što niži GWP)

NAŠI LJUDI I ZAJEDNICA

- Volonterske akcije
- Integrirana komunikacija o održivosti
- Donacije
- Teži ravnoteži – edukacija dece i prevencija gojaznosti
- Očuvanje zdravlja zaposlenih i uvođenje wellbeing aktivnosti
- Težnja ka 0 povreda na radu
- 50% upravljačkih pozicija zauzimaće žene
- Bambi for YouNG

NetZeroBy40 - najodvažniji cilj održivosti

Smanjenje emisija gasova sa efektom staklene bašte za nas je cilj oko kojeg nema kompromisa. Nastavljamo da radimo duž celog lanca vrednosti kako bismo smanjili emisije, sa posebnim fokusom na ambalažu, rashladne uređaje i sastojke, s obzirom da najveći napredak možemo postići kroz održiva rešenja u ovim delovima našeg lanca vrednosti. Coca-Cola HBC Grupa je među prvim kompanijama koje su usvojile naučno zasnovane ciljeve smanjenja emisija Science Based Targets initiative (SBTi). Naš cilj je da do 2040. godine dostignemo neto nulte CO2 emisije duž čitavog lanca vrednosti. Naš klimatski tranzicioni plan predviđa jasan set aktivnosti za dostizanje postavljenih ciljeva, i dostupan je na globalom veb sajtu kompanije:

<https://www.coca-colahellenic.com/en/a-more-sustainable-future/netzeroby40>

Takođe, i kompanija Bambi postavila je cilj da do 2050. godine dostigne neto nulte emisije CO2.



Procena materijalnosti i uključivanje zainteresovanih strana

Na nivou Grupe, Coca-Cola HBC godinama unazad sprovodi sveobuhvatnu procenu materijalnosti. Kao deo svakodnevih aktivnosti, kompanija procenjuje svoje uticaje na ljude i životnu sredinu, stupajući u dijalog sa relevantnim zainteresovanim stranama i stručnjacima i uzimajući u obzir aktuelne i dolazeće trendove održivosti. Ovakav pristup omogućava nam da aktivno identifikujemo i upravljamo našim dinamičnim uticajima, rizicima i prilikama. Naš proces upravljanja rizikom takođe obuhvata rizike i prilike koji proističu iz održivosti.

Formalnu analizu materijalnosti kompanija sprovodi jednom godišnje. U 2024. godini po prvi put je sprovedena analiza dvostruke materijalnosti, prema zahtevima Evropskog standarda za izveštavanje o održivosti (ESRS).

MAPA PUTA KA NETO NULA EMISIJI CO2

- 100% električne energije iz obnovljivih izvora
- Posumljavanje Bambi ŠUME
- Vozni park – TNG i HIBRIDNA vozila
- Zero waste otpada na deponiji
- Povećanje energetske efikasnosti
- Smanjenje sadržaja šećera, soli, zasićenih masti i aditiva / adaptacija portofola
- >90% naših pakovanja moći će da se reciklira
- Nabavka 100% sertifikovanog održivog kakaoa
- Zamena klima (ODXP – D1 što niži GWP)
- Nabavka 100% RSPO palminog ulja / prelazak na non palm masti
- Optimizacija pakovanja od fleksibilne ambalaže
- Postavljanje solarnih panela
- >90% ukupne ambalaže biće od recikliranih i/ili obnovljivih materijala
- Pojačana saradnja sa dobavljačima ključnih sirovina animalnog porekla sa ciljem smanjenja emisija
- Posumljavanje Bambi – ŠUME
- Nabavka sirovina dobijenih primenom regenerativnih poljoprivrednih metoda kod kojih je primenljivo
- Sertifikovani klimatski projekti
- Uravnotežimo sve preostale emisije kroz primenu prirodnih klimatskih rešenja koja koriste ljudima i planeti



2017.
Naše obećanje budućim generacijama i doprinos u borbi protiv klimatskih promena - Neto nula emisija CO2 do 2050. u odnosu na 2017.

2030.
Kompenzacija emisija CO2

2040.
Neutralizacija emisija CO2

2050.
Ispunjenje našeg obećanja budućim generacijama - Neto nula emisija CO2

ZAINTERESOVANA STRANA



ZAPOSLENI



ZAJEDNICA



POTROŠAČI



KUPCI



DOBAVLJAČI



ORGANIZACIJE CIVILNOG DRUŠTVA



AKCIONARI



DRŽAVNE INSTITUCIJE



COCA-COLA KOMPANIJA

MATERIJALNE TEME

Zdravlje i bezbednost / Sigurno zaposlenje, Obuka i razvoj veština / Adekvatne zarade / Rodna ravnopravnost i jednaka zarada za rad jednake vrednosti / Različitost

Mitigacija klimatskih promena / Potrošnja vode / Voda i sanitarni uslovi / Odliv resursa povezan sa proizvodima i uslugama / Obuke i razvoj veština u zajednici / Osnaživanje mladih

Odliv resursa povezan sa proizvodima i uslugama
Zdravlje i bezbednost potrošača
Prakse odgovornog marketinga

Mitigacija klimatskih promena
Odliv resursa povezan sa proizvodima i uslugama
Obuke i razvoj veština

Mitigacija klimatskih promena / Zagađenje tla / Crpljenje vode / Zemljište – ekosistem i prenamena / Priliv resursa, uključujući upotrebu resursa / Obuke i razvoj veština / Sigurno zaposlenje / Rodna ravnopravnost i jednaka zarada za rad jednake vrednosti

Mitigacija klimatskih promena / Potrošnja vode / Zemljište – ekosistem i prenamena / Odliv resursa povezan sa proizvodima i uslugama / Voda i sanitarni uslovi / Obuke i razvoj veština u zajednici / Osnaživanje mladih

Mitigacija klimatskih promena
Odliv resursa povezan sa proizvodima i uslugama
Zdravlje i bezbednost potrošača

Mitigacija klimatskih promena / Potrošnja vode / Priliv resursa, uključujući upotrebu resursa / Odliv resursa povezan sa proizvodima i uslugama / Voda i sanitarni uslovi / Zdravlje i bezbednost potrošača

Zdravlje i bezbednost potrošača / Prakse odgovornog marketinga / Obuke i razvoj veština u zajednici / Voda i sanitarni uslovi / Priliv resursa, uključujući upotrebu resursa

NAŠI STUBOVI RASTA

- 4 Negujemo potencijal naših ljudi
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj posluujemo

- 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj posluujemo

- 1 Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolija
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj posluujemo

- 1 Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolija
- 2 Pobeđujemo na tržištu

- 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj posluujemo

- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj posluujemo

- 1 Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolija
- 2 Pobeđujemo na tržištu
- 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije
- 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim posluujemo

- 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije
- 5 Zavređujemo poverenje zajednica u kojim posluujemo

- 1 Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolija
- 2 Pobeđujemo na tržištu
- 4 Negujemo potencijal naših ljudi
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj posluujemo

Izveštaj o održivosti Coca-Cola HBC Grupe, kao i naš lokalni izveštaj, sačinjeni su u skladu sa temama koje su identifikovane kroz ovaj proces. Uticaji koje procenjujemo su i pozitivni i negativni, kratkoročni i dugoročni, stvarni i potencijalni, reverzibilni i nereverzibilni, i sve to iz perspektive različitih grupa zainteresovanih strana. Takođe, procenjuju se stepen, obuhvat, mogućnost sanacije i verovatnoća svakog uticaja.

Analiza dvostruke materijalnosti podrazumeva razmatranje svakog uticaja, rizika i prilike iz dve perspektive: materijalnosti uticaja i finansijske materijalnosti. Analiza je obuhvatila čitav lanac vrednosti, a u inicijalnoj fazi uključila je interne eksperte iz različitih sektora u kompaniji.

U drugoj fazi, konsultovane su relevantne zainteresovane strane (investitori, akcionari, kupci, dobavljači, poslovna udruženja, organizacije civilnog društva, predstavnici zajednice i međunarodne institucije) i stručnjaci za pojedinačne teme, putem 26 intervjua koje je sprovedla nezavisna organizacija.

Finalnu listu materijalnih tema odobrava menadžment Coca-Cola HBC Grupe, a potvrđuju Komitet za društvenu odgovornost i Komitet Borda direktora za reviziju i rizike.

Detalnije u Coca-Cola HBC Integrisanom godišnjem izveštaju na sledećem linku: <https://www.coca-colahellenic.com/content/dam/cch/us/documents/oar2024/chbc-iar-2024.pdf>

Lideri održivosti kroz udruženo delovanje

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi su aktivne članice poslovnih udruženja koja su usmerena na promociju i razvoj društveno odgovornih praksi i održivog razvoja: **Privredne komore Srbije, Američke privredne komore u Srbiji, NALED-a, Asocijacije proizvođača pića, Udruženja industrije mineralnih voda, Foruma za odgovorno poslovanje, udruženja Globalni dogovor, Savet stranih investitora (FIC)**. Takođe, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi su među osnivačima operatera upravljanja ambalažnim otpadom SEKOPAK, liderom u sektoru prikupljanja ambalaže na tržištu Republike Srbije.

Na lokalnom nivou, sprovodimo konsultacije sa zainteresovanim stranama, kroz različite kanale. Jedan od tih kanala jeste i Savetodavni odbor, jedinstveno telo koje je osnovano 2021. godine sa ciljem da kompaniji pruža podršku, diskutuje i promoviše kontinuirani razvoj u ispunjavanju Misije održivosti kompanije. Savetodavni odbor okuplja relevantne eksperte iz različitih oblasti: lokalne uprave, nevladinog sektora, poslovnih udruženja, obrazovnih institucija, medija i drugih. Sve teme identifikovane kao materijalne u strategiji kompanije, kao i od strane internih i eksternih zainteresovanih strana, obrađene su u ovom izveštaju kroz pristup upravljanju, inicijative i odgovarajuće pokazatelje učinka za svaku temu.



Upravljanje

Upravljačku strukturu kompanije Coca-Cola HBC Srbija čine: Skupština, Nadzorni odbor i generalni direktor. Skupština imenuje Nadzorni odbor, dok Nadzorni odbor imenuje generalnog direktora. Skupštinu čini jedan član – kompanija CC Beverages Holdings II B.V. Nadzorni odbor je sastavljen od tri člana, čiji mandat traje četiri godine. Prema osnivačkom aktu, mandat generalnog direktora 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 kvartalu. Pored toga što 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 prioritete 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.

Naše poslovanje usklađeno je sa međunarodnom, nacionalnom i lokalnom regulativom. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, Pravni sektor kvartalno informiše zaposlene o svim regulatornim izmenama relevantnim za poslovanje. U kompaniji Bambi, Pravna služba takođe redovno dostavlja sektorima informacije o objavljenim propisima radi ažuriranja internih akata, usklađivanja prakse, efikasnog planiranja i budžetiranja.

Za nadzor nad uticajima, rizicima i prilikama povezanih sa održivošću na nivou Coca-Cola HBC Grupe odgovoran je Upravni odbor, odnosno njegovi pod-odbori za društvenu odgovornost i za reviziju i rizike.

Odbor za društvenu odgovornost uspostavlja principe koji regulišu upravljanje društvenim i ekološkim aspektima i nadgleda upravljanje učinkom u cilju postizanja naših ciljeva održivosti (društvenih i ekoloških). On uspostavlja i vodi savet odgovoran za razvoj

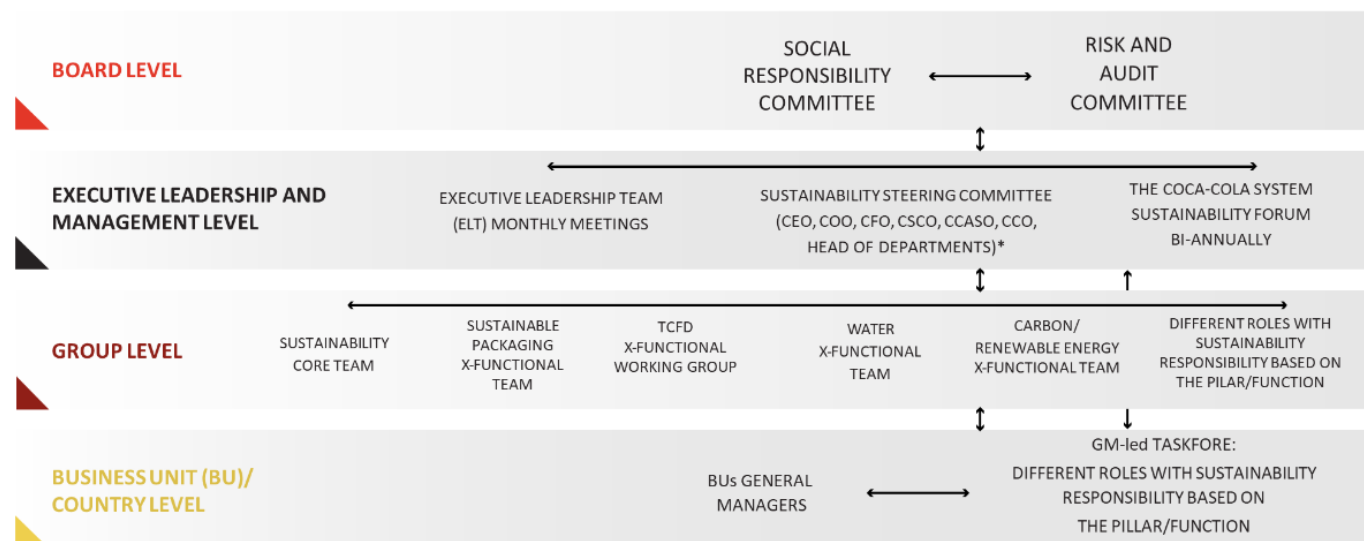
i sprovođenje politika i strategija za ostvarivanje ciljeva kompanije u oblasti društvene odgovornosti i zaštite životne sredine, u svim stubovima životne sredine, društva i upravljanja, kao što su klimatske promene, upravljanje vodama, ambalaža i otpad, održivo snabdevanje, zdravlje i ishrana, naši zaposleni i zajednice, kao i biodiverzitet). Ovaj odbor obezbeđuje kapacitete na nivou cele Grupe za sprovođenje ovih politika i strategija, i odobrava našu strategiju održivosti, obaveze, ciljeve i politike.

Odgovornosti u vezi sa održivim poslovanjem i društvenom odgovornošću u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija podeljene su između Sektora za kvalitet, bezbednost i zdravlje na radu i zaštitu životne sredine (QSE), i Sektora korporativnih poslova i održivosti.

U kompaniji Bambi ova oblast je u nadležnosti Sektora korporativnih poslova i održivosti i Sektora operacija. Uz to, svi sektori u kompanijama imaju ciljeve vezane za održivost u svojim oblastima, i odgovornost za njihovo dostizanje.



SUSTAINABILITY GOVERNANCE



(*) COO (Chief Operations Officer), CSCO (Chief Supply Chain Officer), CCASO (Chief Corporate Affairs and Sustainability Officer), CCO (Chief Commercial Officer)

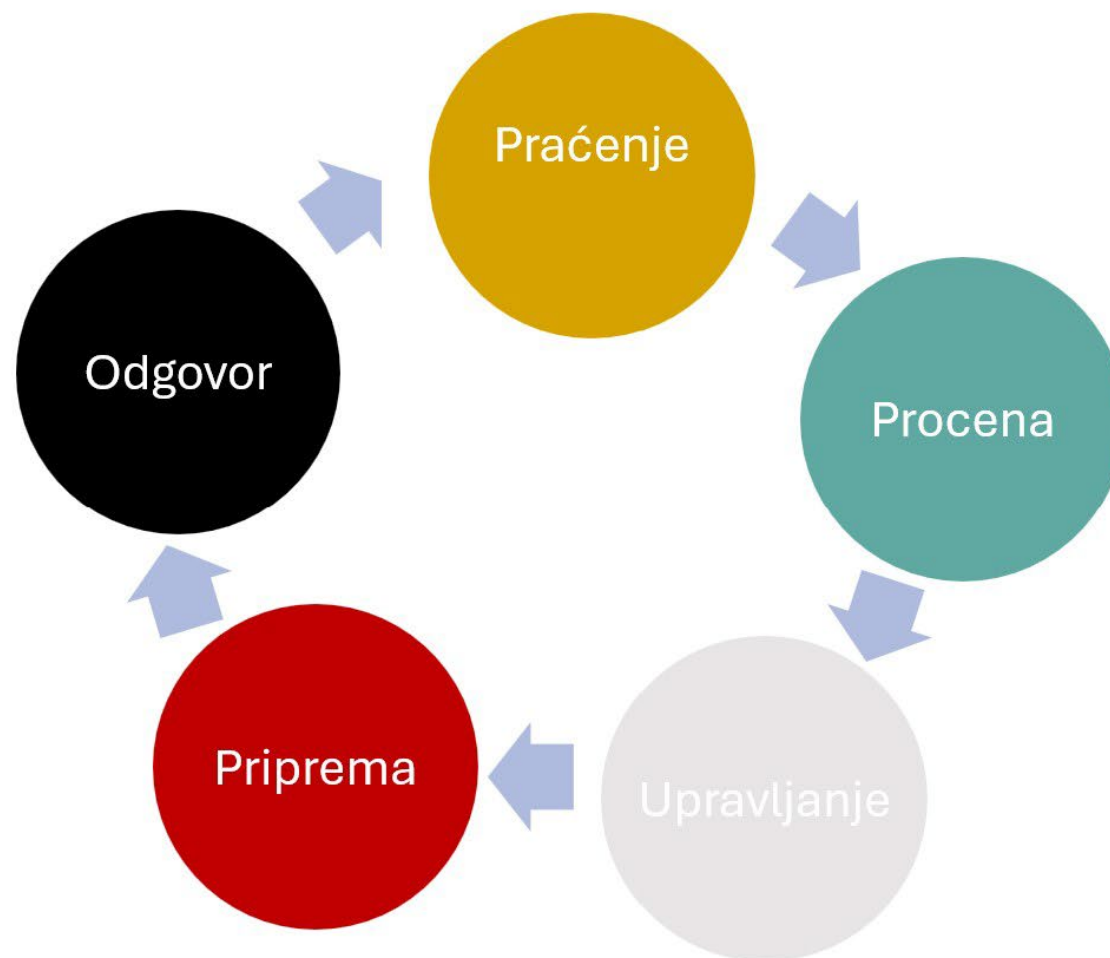
Upravljanje rizicima

Sektor finansija je zadužen da vodi evidenciju rizika, dok je poseban tim za rezilijentnost poslovanja i bezbednost u okviru Pravnog sektora zadužen za identifikovanje, procenu i upravljanje rizicima. Rezilijentno poslovanje definišemo kao proaktivno upravljanje rizicima i prilikama koje proizilaze iz promena i neizvesnosti u cilju održivog razvoja našeg poslovanja na duži rok. Tako se tim za rezilijentnost poslovanja i bezbednost fokusira na to da organizacija može da održava kritične operacije i zaštiti ljude, imovinu i reputaciju kako tokom redovnog rada, tako i tokom vanrednih situacija koje mogu biti prouzrokovane različitim rizicima i pretnjama, a sve u cilju osiguravanja kontinuiteta poslovanja.

Kako je za efikasno upravljanje rizicima i prilikama neophodna stalna međusektorska saradnja, svi naši zaposleni, u svim zemljama i na svim pozicijama, imaju obavezu da proaktivno učestvuju u njihovom traženju i identifikovanju, kao i da predlažu relevantne planove za kontrolu i ublažavanje. Uz to, poslovanje u okviru Coca-Cola HBC Grupe omogućava nam da iskustva sa drugih tržišta koristimo za proaktivno upravljanje rizicima i prilikama.

Kvalitet i bezbednost naših proizvoda tokom procesa proizvodnje su naš apsolutni prioritet. Međutim, uprkos najvišim standardima, potencijalni incidenti su sastavni deo poslovanja svake kompanije. Zbog toga je naš program upravljanja incidentima i rešavanja kriznih situacija, takođe poznat kao IMCR, vrlo 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, u Coca-Cola kompaniji u Srbiji.



Poslujemo u skladu sa propisima i sa svojim vrednostima

Kodeks poslovnog ponašanja potvrđuje našu predanost da poslujemo u skladu sa svojim vrednostima, i svim zakonima, propisima i standardima koji važe u oblasti našeg poslovanja. Istovremeno, Kodeks pruža smernice u vezi sa očekivanjima koja kompanija ima od svih zaposlenih, obraćajući im se na sažetom i lako razumljivom jeziku, i govoreći o stvarnim izazovima sa kojima se susreću u svakodnevnom poslovanju. Kodeks se 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. Nepostupanje u skladu sa Kodeksom tretira se veoma ozbiljno i može dovesti do disciplinskog postupka, a u krajnjem slučaju i do prekida ugovora o radu.

Svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Kodeks i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama prilikom potpisivanja ugovora o radu. Sumnje u vezi sa kršenjem Kodeksa zaposleni mogu da podnesu putem **Reci! linije**, koju održava nezavisna agencija, omogućavajući zaposlenima da izraze sumnju na poverljiv način. Pored toga, svoju sumnju mogu izraziti i neposrednom rukovodiocu ili licu zaduženom za usklađenost sa Kodeksom. O licima zaduženim za usklađenost sa Kodeksom svi zaposleni su obavešteni samim Kodeksom, i internim kanalima komunikacije. Relevantna nadležna lica za usaglašenost sa Kodeksom, uz pomoć Službe Ljudi i kultura i u saradnji sa Službom interne kontrole i Pravnom službom na nivou Grupe,



organizuju treninge za zaposlene, partnere i saradnike, kako bi ih informisali o Kodeksu, pomogli im da ga razumeju i primene u situacijama i okolnostima koje su njima važne, uključujući i potencijalne situacije kršenja Kodeksa.

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.

Osim zaposlenima, Kodeks poslovnog ponašanja je i javno dostupan na našim veb-stranicama: <http://rs.coca-colahellenic.com/rs/o-nama/politike/> i <https://bambi.rs/preuzimanja/>.

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

Integritet u zajednici



borba protiv
mita i korupcije



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

Antikorupcija i sprečavanje sukoba interesa

Analiza rizika od korupcije sprovodi se u svim sektorima kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. 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, sa kojim su upoznati svi dobavljači robe i usluga, i koji su obavezni prilog i sastavni deo ugovora o nabavci robe i usluga.

Antikorupcijske procedure definisane su Pravilnikom o sprečavanju korupcije. Ovaj pravilnik 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. Pravilnik daje i 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.

Saradnji sa državnim službenicima posvećena je posebna pažnja. Pravilnik pruža objašnjenja ko je sve državni službenik, koje su to situacije koje mogu navesti na korupciju i šta bi trebalo preduzeti da bi se korupcija sprečila. Pravilnik skreće pažnju zaposlenima na nultu toleranciju prema davanju novca javnim službenicima sa ciljem ubrzavanja procesa rada.

Isto kao i u slučaju Kodeksa poslovnog ponašanja, svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Pravilnik i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija 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 tri 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 2024. godine prošli svi zaposleni, uključujući i svih 7 članova najvišeg upravljačkog tela, kao i svi radno angažovani posredstvom agencije za privremeno zapošljavanje.

U slučaju povrede Pravilnika o sprečavanju korupcije, zaposlenom može biti izrečena disciplinska mera predviđena zakonom, uključujući i prekid ugovora o radu. Tokom 2024. godine u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nije bilo registrovanih 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 i da pravila o zaštiti konkurencije, takođe, štite samu kompaniju od nedozvoljenih akcija drugih učesnika na tržištu. Tokom 2024. godine za kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nije bilo postupaka koji su u toku ili su završeni, a u vezi su sa ponašanjem koje je suprotno slobodnoj tržišnoj konkurenciji. Svi zaposleni u komercijalnom sektoru kompanije Coca-Cola HBC dobijaju Priručnik o zaštiti konkurencije i tokom 2024. godine su prošli kroz trening o zaštiti konkurencije uživo, a viši i srednji menadžment u komercijalnom sektoru dodatno prolaze kroz specijalizovani elektronski trening.



O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZAJEDNICA

GRI INDEKS

Tržište

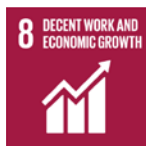
*Tržište u znaku rasta, inovacija i održivosti
Odgovor na lanac vrednosti – od izvora do potrošača*



DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



Dobro
zdravlje



Dostojanstven rad
i ekonomski rast



Industrija, inovacije
i infrastruktura



Odgovorna potrošnja
i proizvodnja



Akcija za
klimu

Ključne aktivnosti i rezultati u 2024. godini:

 Pokazatelj zadovoljstva i lojalnosti
kupaca Coca-Cola HBC Srbija je **82**

 **83%** Udeo lokalnih dobavljača u
budžetu nabavke Coca-Cola
HBC Srbija

 Plazma, Wellness i
Plazma Kocka u **top 10** omiljenih brendova
uprkos izazovnoj godini

 **77,56%** Udeo lokalnih
dobavljača u budžetu
nabavke Bambi

O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZAJEDNICA

GRI INDEKS



U 2024. godini kompanija Coca-Cola HBC Srbija sarađivala je sa više od 37000 kupaca i oko 1000 dobavljača.

Naša prisutnost na tržištu ima širok uticaj, koji obuhvata čitav lanac vrednosti – od snabdevanja, kroz interne operacije, pa sve do naših kupaca i potrošača. S obzirom na to, fokusiramo se na ključna pitanja koja su od značaja za sve naše relevantne zainteresovane strane, kao i za dugoročnu održivost našeg poslovanja.

Domaće tržište je tokom 2024. godine nastavilo da odražava uticaj globalnih ekonomskih kretanja – usporen rast u EU, inflaciju i klimatske promene. Te promene su imale veliki uticaj na oblikovanje potrošačkih navika i dinamiku potrošnje. Ipak, tržište je pokazalo otpornost i jasnu orijentaciju ka inovacijama i održivosti. U tom kontekstu, nastavili smo sa strateškim ulaganjem, fokusirajući se na proširenje proizvodnih kapaciteta, digitalizaciju procesa i širenje zelene agende. Među ključnim projektima izdvajaju se nova, tehnološki napredna linija za proizvodnju limenki, prva te vrste u okviru Coca-Cola HBC grupacije, koja omogućava bržu promenu proizvoda i veću fleksibilnost, kao i izgradnja automatizovanog magacina u Beogradu, čime dodatno unapređujemo efikasnost i brzinu odgovora na tržišne potrebe. Poseban akcenat stavljen je na inovacije u pakovanju u okviru zelene agende, sa ciljem smanjenja plastičnog otpada i unapređenja održivosti, a u skladu sa strategijom dugoročnog, odgovornog rasta sprovedene su i brojne digitalne inicijative i programi razvoja zaposlenih.

Kompanija Bambi tokom ovog perioda sarađivala je sa više od 400 dobavljača i njeni proizvodi su se našli na policama 3100 kupaca.



Temelji rasta: investicije koje oblikuju budućnost

Inovacijama u infrastrukturi otvaramo novo poglavlje rasta

Kompanija Coca-Cola HBC Srbija je u 2024. godini započela jednu od najznačajnijih infrastrukturnih investicija, **izgradnju potpuno automatizovanog skladišta u Beogradu vrednog 33 miliona evra**. Ova investicija ima za cilj ne samo proširenje logističkih kapaciteta, već i uvođenje najmodernijih tehnologija koje će značajno unaprediti efikasnost, brzinu i preciznost u upravljanju zalihama.

Novi visokoregalni sistem, sa 11 redova regala visine skoro 30 metara, biće opremljen sa 10 automatizovanih kranova i robotizovanim skladišnim jedinicama, što će omogućiti brzo i precizno premeštanje robe. Automatizacija procesa



uključuje i napredne transportne trake, dok proširenje kapaciteta omogućava čak 70% veći prostor za skladištenje i duplo veći kapacitet za utovar robe.

Ova strateška investicija predstavlja **jasan korak ka modernizaciji logistike i jačanju konkurentnosti**, ne samo na tržištu Srbije već i u regionu. Ulaganjem u savremenu infrastrukturu, kompanija dodatno osnažuje proizvodne kapacitete svoje punionice u Beogradu, pripremajući je za još veći izvoz i povećane zahteve tržišta.

Pametne proizvodne linije za efikasnije i održivije poslovanje



Važan iskorak u unapređenju proizvodnih kapaciteta načinjen je kroz instalaciju i puštanje u rad prve SmartCan linije u okviru celog Coca-Cola HBC sistema. **Ova pametna linija, koja može proizvesti do 100.000 limenki na sat**, donosi izuzetnu fleksibilnost, efikasnost i održivost u proizvodne procese.

Uvođenjem nove linije započeta je lokalna proizvodnja formata od 250 ml za brendove Coca-Cola, Coca-Cola Zero i Fanta Orange, kao i ekološkog KeelClip pakovanja, koji su ranije dolazili iz uvoza. Ova promena omogućila nam je da dodatno smanjimo oslanjanje na eksterna tržišta, ubrzamo isporuku i značajno unapredimo kapacitete za razvoj i lansiranje novih proizvoda.

SmartCan linija donosi brže promene između proizvodnih serija – vreme potrebno za prelazak sa jednog proizvoda na drugi skraćeno je za 60%, a probne proizvodnje sa više ukusa iz linije Ultra Energy pokazuju veliki potencijal za širenje portfolija. Nova linija omogućava da se proizvodi koji su ranije stizali iz Rumunije sada proizvode u Beogradu, čime dodatno jačamo lokalnu ekonomiju i konkurentnost naše kompanije.

Poseban značaj ove linije ogleda se i u proizvodnji KeelClip pakovanja unutar sopstvenih kapaciteta. Ovaj inovativni kartonski sistem eliminiše upotrebu plastične folije čime dodatno doprinosi **smanjenju CO2 emisija**.

Unapređenje portfolija

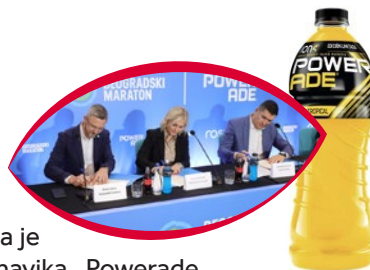
Ukus bez kompromisa: rast uz širenje opcija bez šećera

U 2024. godini, naš gazirani bezalkoholni portfolio beleži kontinuiran rast kroz snažne brendove. Pored Coca-Cola Zero, Scheweppes Zero opcije, dodatno smo proširili ponudu lansiranjem Fanta Orange Zero, verzije dobro poznatog i omiljenog ukusa, bez šećera, koja je naišla na veoma pozitivne reakcije potrošača. Među inovacijama se izdvaja i limitirana kolekcija Fante inspirisana filmskim hitom Beetlejuice, koja je isto uključivala i Zero verziju, donoseći svež spoj pop kulture i osveženja. Kroz širenje Zero portfolija, potvrđujemo svoju posvećenost da potrošačima ponudimo veći izbor, podržimo njihove nove navike i zadržimo autentičan ukus koji vole.



U ritmu sporta: Powerade i Rosa

Pravilna hidratacija je osnova svakog šampionskog uspeha, a upravo su Powerade i Rosa u 2024. godini zauzeli centralno mesto kada je reč o podršci sportistima i promociji zdravih navika. Powerade, izotonični napitak sa elektrolitima i vitaminom B6, zabeležio je rast zahvaljujući sve većem poverenju potrošača i lansiranju novog osvežavajućeg ukusa Manga. Rosa, prirodna mineralna voda, nastavila je sa odličnim performansom, potvrđujući svoju leadersku poziciju pouzdanog izbora za hidrataciju na tržištu. Na Beogradskom maratonu, ovi brendovi su obezbedili optimalnu hidrataciju za hiljade trkača, dok je saradnja dodatno ojačana edukativnim sadržajem kroz Manifest o saradnji koji promovise zdrav stil života. Na Evropskom prvenstvu u vodenim sportovima u Beogradu, sportisti iz više od 40 zemalja osvežavali su se Powerade-om i Rosom u borbi za plasman na Olimpijske igre. Dodatnu inspiraciju Rosa pruža kao zvanično piće Olimpijskog tima Srbije, uz podršku svoje ambasadorke, šampionke Ivane Španović.



Lokalno relevantni ukusi u kategoriji sokova

Brend sokova Next je u 2024. godini proglašen za "Miljenika potrošača" u kategoriji bezalkoholnih napitaka, u okviru izbora koji organizuje udruženje "Moja Srbija" uz podršku Centra potrošača Srbije i grada Beograda, a na osnovu glasova potrošača. Na tragu toga, Next je nastavio svoj razvoj kroz fokus na lokalno relevantne ukuse koji vraćaju u detinjstvo, nove ukuse zove, višnje i kašaste jabuke u limitiranim serijama.



Kao svaki drugi prodati čaj, i u 2024. godini, Fuze Tea nastavlja da bude omiljeni hladni čaj među potrošačima na tržištu.

Nova energija

U skladu sa savremenim potrošačkim trendovima i sve većom potražnjom za napicima koji pružaju dodatnu energiju, nastavili smo sa razvojem portfolija energetske pića, kategorije koja je zabeležila stabilan rast. Novi proizvodi dva brenda, Ultra Energy Fruit Punch i Monster Aussie Lemonade, lansirani su krajem godine kako bi dodatno odgovorili na očekivanja savremenih potrošača i ojačali prisustvo u ovom dinamičnom segmentu tržišta.



Unapređenje portfolija

Strateški razvoj kategorije kafe i širenje ponude toplih napitaka

Strateško opredeljenje ka kontinuiranom razvoju kategorije kafe i u 2024. godini, rezultiralo je jačanjem prisustva naših brendova u HoReCa kanalu širom Srbije. Premium brend Vergnano je, do kraja godine, postao dostupan u 355 ugostiteljskih objekata, dok se Costa kafa mogla konzumirati u 265 HoReCa lokala.

U želji da ljubiteljima kafe približimo beogradsku kafe scenu, uspostavili smo saradnju sa mobilnom aplikacijom "Espresso Guide". Aplikacija korisnicima omogućava da saznaju više informacija i lakše pronađu kafu prema njihovom ukusu. Istovremeno, prateći potrebe tržišta i preferencije potrošača, tokom 2024. godine započeli smo razvoj nove kategorije toplih napitaka. Kao rezultat tih aktivnosti, u 2025. godini je planirano lansiranje toplih čokolada i čajeva brenda AG Foods, čime dodatno obogaćujemo naš portfolijo i odgovaramo na različite potrebe potrošača.



Inovacija nastala kroz saradnju dva legendarna brenda, Jack & Coke, naišla je na odličan prijem kod potrošača i za kratko vreme oduševila potrošače u kategoriji alkoholnih pića spremnih za konzumaciju (ready-to-drink). Ova kombinacija prepoznatljivog ukusa i vrhunskog kvaliteta je potvrdila snagu jakih partnerstava i pravovremenih inovacija.



Širenjem portfolija premium alkohola, ostajemo vodeći partner u miksologiji



Nakon uspešnog performansa brenda Finlandia, nastavili smo sa strateškim širenjem alkoholnog portfolija kroz partnerstvo sa grupom Bacardi Martini, jednim od globalnih lidera u svetu alkoholnih pića. Portfolijo ove grupe obuhvata renomirane brendove poput Bacardi ruma, Gray Goose vodke, Bombay džina, Patron tekile i drugih prepoznatljivih etiketa, čime je dodatno ojačano naše prisustvo u HoReCa kanalu i otvorene su nove mogućnosti za razvoj kategorije kroz miksologiju kao i pozicioniranje u premium segmentu.

U skladu s tim pravcem, kako bismo dodatno unapredili kvalitet koktel ponude i pružili potrošačima premium iskustvo, uveli smo i ekskluzivni craft mixer Three Cents. Ovaj brend, razvijen od strane barmena, bez konzervansa i veštačkih boja, sada je dostupan i u Srbiji kroz četiri pažljivo odabrana proizvoda – Pink Grapefruit Soda, Tonic Water, Aegean Tonic i Lemon Tonic – donoseći autentičnost i kvalitet prepoznat u vrhunskim barovima širom sveta.



Zahvaljujući svojim “herojima”, Bambi ostao broj 1 u kategoriji biskvita

Uprkos tome što je u junu 2024. godine Bambi doživeo značajan izazov u vidu požara koji je zahvatio 80 odsto proizvodnih kapaciteta, kompanija je zahvaljujući inovacijama i prilagodljivosti zadržala lidersku poziciju u kategoriji biskvita. Za ovo su zaslužni “heroji” Bambija – proizvodi iz portfolija koji su preuzeli lidersku ulogu u periodu kada je Plazma original bila nedostupna ili dostupna u ograničenim količinama. To je pre svega Plazma Mini Mini, koja je postala najprodavaniji proizvod u podkategoriji tvrdog keksa, sa čak dvadeset puta većom prodajom od proseka u periodu pre požara.



Inovacije kao zaštitni znak

Kontinuitet na tržištu zadržan je i zahvaljujući jedinstvenom R&D centru i veoma uspešnim inovacijama lansiranim u drugoj polovini godine – poput ograničenih serija Plazma Kocke sa ukusom karamele/kokica i narandže i Plazma od Srca sa ukusom oraha. Ove inovacije doprinele su tome da se ojača Sweet Treat portfolio predvođen Plazma kockom koja je dostigla istorijski nivo na kom je bila u periodu nakon lansiranja. Dodatno, i Wellness portfolio je tokom 2024. godine ojačao poziciju lidera u kategoriji integralnih biskvita i dokazao da je prva opcija potrošača koji preferiraju zdravije alternative.



Kampanje koje su očuvale snagu brenda

Zahvaljujući transparentnoj komunikaciji i pažljivo osmišljenim kampanjama Mrvica strpljenja i Jedna tebi-jedna meni, nestašica Plazme nije imala negativan uticaj ni na iskustvo potrošača i svest o brendu. Parametri vezani za vrednost brenda ostali su izuzetno jaki, a Plazma je zadržala svoju poziciju omiljenog brenda broj 1 među potrošačima.



Plazma 14. godinu zaredom omiljeni slatkiš po izboru potrošača

Brend Plazma je i 2024. godine, po 14. put zaredom, proglašen za dobitnika nagrade “Moj izbor” u kategoriji slatkiša, u konkurenciji od preko 1.000 proizvoda. Ova prestižna nagrada, koju dodeljuje udruženje “Moja Srbija” uz podršku Centra potrošača Srbije i grada Beograda, jedina je u Srbiji koja se zasniva isključivo na glasovima potrošača. Plazma je još jednom potvrdila status omiljenog brenda, zahvaljujući snažnoj emotivnoj vezi sa potrošačima i doslednosti u kvalitetu i inovacijama koje neguju tradiciju i bude nostalgiju generacijama.



Zdravlje i bezbednost potrošača

Briga o kvalitetu i bezbednosti proizvoda ostaje naš apsolutni prioritet i temelj poverenja koje gradimo sa potrošačima. Ni tokom 2024, kao ni prethodnih godina, nismo zabeležili nijedan slučaj neusklađenosti sa zakonima i rigoroznim internim i eksternim standardima kvaliteta i bezbednosti. Ovakve rezultate dugujemo doslednoj primeni sveobuhvatnog sistema upravljanja bezbednošću hrane, koji obuhvata preventivne mere, redovne interne i eksterne provere, kao i kontinuirani rad na razvoju kulture kvaliteta i bezbednosti. U takvom okruženju, odgovornost za sprovođenje politika i programa deli se među svim zaposlenima, bez obzira na poziciju ili sektor u kojem rade.

Politika kvaliteta i bezbednosti hrane kompanije Coca-Cola HBC Srbija, kao i Politika integrisanog sistema upravljanja kompanije Bambi, usvojeni su od strane najvišeg rukovodstva i dostupni su i na zvaničnim veb-sajtovima kompanija:

<https://rs.coca-colahellenic.com/rs/o-nama/politike>

<https://bambi.rs/preuzimanja/>

Strogim proverama kvaliteta podležu i svi brendovi iz portfolija Coca-Cola HBC Srbija. Jedini izuzetak je razvoj bezalkoholnih gaziranih pića, koji se odvija na nivou centralne Coca-Cola kompanije, dok su svi ostali postupci identični procedurama koji važe za ostale proizvode.

U Coca-Cola HBC Srbija obavimo više od 300 testova kvaliteta po svakoj proizvodnoj liniji u toku dana.

Tokom 2024. godine, naša fabrika u Neresnici dobila je sertifikate za dva značajna međunarodna standarda – **ISO 9001 za sistem upravljanja kvalitetom i FSSC 22000 standard za sistem upravljanja bezbednošću hrane**. Time su obuhvaćene sve naše proizvodne lokacije, što dodatno potvrđuje posvećenost visokim standardima u svakoj fazi proizvodnje. Kao deo Coca-Cola sistema, Coca-Cola HBC Srbija pridržava se i internih smernica uspostavljenih na globalnom nivou, poznatih kao TCCC KORE zahtevi, koje obuhvataju kontrolu kvaliteta i bezbednosti proizvoda, kao i standarde za zaštitu životne sredine i bezbednost na radu.

Dosledna kontrola kvaliteta obuhvata svaki korak – od nabavke i prijema sirovina, kroz proces proizvodnje, pa sve do pakovanja, skladištenja i transporta. Kompanija Bambi, pored redovnih kontrola koje propisuje zakonska regulativa, sprovodi stroge provere u svim fazama proizvodnog procesa, uz detaljnu kontrolu sirovina, posebno onih koje podležu dodatnim zahtevima standarda FSSC, kako bi se predupredile potencijalne neusklađenosti. Rezultat dosledne primene procedura kontrole i usklađivanja sa standardima i propisima u 2024. godini je smanjenje broja reklamacija na bezbednost i kvalitet gotovih proizvoda kompanije Bambi za 40% u odnosu na godinu ranije.

U 2024. godini je smanjenje broja reklamacija na bezbednost i kvalitet gotovih proizvoda kompanije Bambi za 40% u odnosu na godinu ranije.



Svetski dan bezbednosti hrane

Obeležili smo Svetski dan bezbednosti hrane kroz niz različitih aktivnosti koje su dodatno podstakle naše kolege na angažovanje i učenje o kvalitetu i sigurnosti hrane. Kao kompanija, posvećujemo veliku pažnju tome da sve naše kolege budu obavestene i upućene u važnost kvaliteta, jer je to ključ za proizvodnju napitaka vrhunskog kvaliteta i ukusa kojima potrošači veruju. Da bismo ostvarili ovaj cilj, angažujemo se svi zajedno, razumevajući svoju odgovornost i podstičući preduzimljivost.

Više izbora i transparentna komunikacija ka potrošačima

Neprestano radimo na razvoju i unapređenju našeg portfolija kako bismo odgovorili na sve raznovrsnije zahteve potrošača – od ukusa i navika, do sve izraženije potrebe za nisko kaloričnim i opcijama bez šećera. Poseban fokus stavljamo na inovacije u kategoriji pića sa niskim ili bez sadržaja šećera, proširenu ponudu pića u manjim pakovanjima, kao i proizvoda iz Bambi asortimana koji imaju dodatnu funkcionalnu vrednost – bez glutena, obogaćeni proteinima, vlaknima ili bez dodatog šećera.

Pored smanjenja šećera, Bambi kontinuirano radi na reformulacijama koje podrazumevaju i niži nivo soli, zasićenih masti i aditiva, a akcenat se stavlja i na sertifikacije koje dodatno potvrđuju kvalitet i odgovornost u procesu proizvodnje. Tokom 2024. godine, kompanija je proizvela 17 proizvoda sa RSPO sertifikovanom palminom mašću, 12 proizvoda sa HALAL i 30 proizvoda sa Vegan sertifikatom.



Na nivou Coca-Cola HBC Grupe, naši ciljevi do 2025. godine uključuju smanjenje kalorijske vrednosti gaziranih bezalkoholnih pića za 25% na 100 ml u odnosu na baznu, 2015. godinu. Do kraja 2024. godine, već smo ostvarili smanjenje od 18%.



U domenu transparentne komunikacije i odgovornog informisanja potrošača, u Srbiji primenjujemo sve relevantne globalne prakse i smernice koje važe u okviru Coca-Cola sistema. Naše poslovanje u potpunosti je usklađeno sa lokalnim i međunarodnim zakonodavstvom (uključujući Opštu uredbu o zaštiti podataka - GDPR, Zakon o oglašavanju, Zakon o zaštiti potrošača i Zakon o zaštiti konkurencije Republike Srbije), potom sa internim politikama poput Kodeksa poslovnog ponašanja i Politike odgovornog marketinga, kao i sa međunarodnim dobrovoljnim kodeksima industrije (Kodeks oglašavanja Međunarodne privredne komore – globalni standardi za fer i odgovorno oglašavanje, EU Pledge Initiative – dobrovoljna inicijativa prehrambene industrije za ograničenje oglašavanja deci ispod 13 godina).

Posebnu pažnju posvećujemo zaštiti najmlađih – ne reklamiramo naše proizvode deci mlađoj od 13 godina, niti nudimo gazirana pića u osnovnim školama. Kada je reč o energetske napicima, pridržavamo se UNESDA Kodeksa za njihovo deklarisanje i

marketing. Na ovaj način, dosledno gradimo poverenje i štitimo interese svih potrošača, bez obzira na starosnu dob.

Kada je reč o oglašavanju i promociji alkoholnih pića koja 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. Ovu politiku striktno primenjujemo, kao i sve druge kodekse i politike koje se tiču našeg poslovanja sa bezalkoholnim pićima, kako bismo odražavali visoke standarde i osnovne vrednosti kompanije i društvene odgovornosti. Coca-Cola HBC promoviše proizvode samo potrošačima u okviru starosne granice za legalnu kupovinu i ovom politikom se obavezuje da će osigurati da maloletne osobe nisu i neće biti ciljane našim marketinškim i promotivnim aktivnostima. Alkoholna pića se nikada ne smeju koristiti za sponzorisanje sportova, poznatih ličnosti ili događaja koji su pre svega u sferi interesovanja osoba ispod starosne granice za legalnu kupovinu.

Potpuna usklađenost sa propisima i standardima i tokom 2024. godine

Tokom 2024. godine, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nisu imale nijednu povredu propisa koji regulišu marketinške aktivnosti, oglašavanje, promocije i sponzorstva, niti su prekršene obaveze u vezi sa tačnim pružanjem informacija o proizvodima i njihovim oznakama, čime je potvrđena potpuna usklađenost sa zakonskim propisima i dobrovoljnim kodeksima.



Kompanija Bambi, pored poštovanja svih važećih zakonskih regulativa, sprovodi praksu u skladu sa Kodeksom o oglašavanju trgovaca prehrambenim proizvodima na veliko i malo. Ujedno, kao deo Coca-Cola sistema, primenjujemo i globalne smernice za deklarisanje proizvoda (The Coca-Cola Company's global marketing commitment and global policy for front-of-pack labeling), koje predviđaju jasno i vidljivo isticanje ključnih informacija na prednjoj strani pakovanja – radi bolje informisanosti potrošača.

Na deklaracijama obezbeđujemo transparentne informacije o poreklu sastojaka gde god je to obavezno, potpunom sastavu proizvoda, prisustvu sirovina koje mogu imati uticaj na zdravlje ljudi ili životnu sredinu, kao i uputstva za bezbedno korišćenje i odlaganje proizvoda. Na ovaj način potrošačima omogućavamo da donose informisane odluke, dok istovremeno podržavamo održivu potrošnju i zaštitu životne sredine.

Za označavanje proizvoda zaduženi su timovi za kvalitet i razvoj, uz blisku saradnju sa odeljenjima za marketing, pravna i korporativna pitanja, kao i održivost. Pored obaveznih informacija definisanih zakonskim propisima, proizvodi Coca-Cola HBC Srbija dodatno sadrže GDA (Guideline Daily Amounts) oznake – koje pružaju podatke o preporučenom dnevnom unosu kalorija, masti, šećera, soli i zasićenih masti potrebnih za uravnoteženu ishranu zdravih odraslih osoba i dece.

Proizvodi kompanije Bambi, u skladu sa relevantnim zakonodavstvom, jasno komuniciraju informacije o nutritivnim vrednostima i preporučenom dnevnom unosu, a tamo gde je primenljivo, sadrže i zdravstvene i nutritivne tvrdnje, kao i oznake „vegan” i „halal”, čime dodatno odgovaramo na potrebe i očekivanja savremenih potrošača.



Podrška kampanji Teži ravnoteži

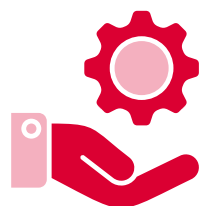
Privredna komora Srbije – Udruženje za prehrambenu industriju pokrenula je 2018. godine nacionalnu kampanju „Teži ravnoteži”, u okviru podrške Nacionalnom programu za prevenciju gojaznosti Ministarstva zdravlja Republike Srbije. Kampanja ima za cilj da kroz kontinuiranu edukaciju istakne značaj uravnotežene ishrane i redovne fizičke aktivnosti kao ključnih faktora za očuvanje javnog zdravlja.

Uviđajući značaj kolektivnog i strateškog pristupa temi promocije zdravih stilova života, kampanji su se priključile brojne prehrambene kompanije, uključujući Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Tokom 2024. godine, zajedno smo podržali organizaciju panel diskusije na temu „**Rekreativno trčanje: važnost pravilne fizičke pripreme, ishrane i hidratacije**”, održane u okviru programa „Running EXPO Belgrade marathon – It's running time”, u okviru 37. Beogradskog maratona. Tom prilikom objavljena je informativna [brošura](#) za osnovce, sa ciljem razvoja zdravih navika kod najmlađih.



Kanali komunikacije sa potrošačima

Potrošačima i kupcima smo obezbedili lako dostupan kanal komunikacije. Naše besplatne telefonske linije i mejl adrese jasno su označene na ambalaži proizvoda i zvaničnim sajtovima kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Svaki zahtev ili žalba se evidentira i obrađuje u skladu sa definisanim procedurama. Povratna informacija o roku za odgovor na upit/žalbu se zainteresovanoj strani komunicira direktno i individualno, u najkraćem mogućem roku. Tokom celog procesa, beleži se i nivo zadovoljstva korisnika. Informacije se unose u namenski sistem, u okviru kog operater beleži sve pozive, omogućavajući izveštavanje i praćenje na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou, čime se osigurava doslednost i unapređenje usluge.



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 44 55
0800 33 33 44

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

Kupac na prvom mestu

U Coca-Cola HBC kontinuirano ulažemo napore u razvoj i unapređenje poslovanja naših kupaca, jer znamo da je njihov uspeh i naš uspeh. Naše proizvode prodaju preduzeća, a mi im posvećeno nudimo prilagođenu podršku u skladu sa njihovim potrebama, tržišnim uslovima i izazovima sa kojima se suočavaju.

Kako bismo dodatno unapredili saradnju i njihovo iskustvo, **razvili smo Portal za kupce** – digitalnu platformu koja omogućava lakšu, bržu i efikasniju komunikaciju i poslovanje. Kupci putem portala mogu da poruče robu u bilo kom trenutku, prate realizaciju narudžbina, pristupaju specijalnim ponudama, upravljaju fakturama i prate kreditno stanje i plaćanja. **Na kraju 2024. godine, ukupno 15% porudžbina se realizuje na ovaj način, dok je broj aktivnih kupaca na portalu bio 581, što predstavlja rast od preko 20% u odnosu na prethodnu godinu.**

Naš digitalni portal za kupce obuhvata i alate za kontinuirano praćenje zadovoljstva, među kojima je i anketa „**Customer Gauge**“. Kroz ovo istraživanje, koje se sprovodi dva puta godišnje putem e-pošte ili SMS-a, dobijamo direktan uvid u potrebe i očekivanja kako direktnih, tako i indirektnih kupaca. Pitanja obuhvataju sve ključne aspekte saradnje – od portfolija i brendova, do kompletnog servisa ka kupcu (od unosa porudžbenice, isporuke, fakturisanja, odnosa sa našim zaposlenima, dostupnosti opreme, transparentnosti komercijalne politike).

Kupci ocenjuju celokupnu saradnju sa našom kompanijom, na skali od 1 do 10, na osnovu čega se izračunava Net Promoter Score (NPS). U 2024. godini zabeležili smo izuzetno visok NPS rezultat od 82, što je rast od čak 5 poena (procentnih poena) u poređenju sa prethodnom godinom – što ukazuje na sve veće poverenje i zadovoljstvo naših partnera.

Osim portala, kupcima su dostupne i besplatne telefonske linije, putem kojih mogu da dobiju sve relevantne informacije u vezi sa porudžbinama, isporukama i drugim aspektima saradnje. Svaki upit ili prigovor obrađuje se pravovremeno, uz jasno definisan rok odgovora koji zavisi od složenosti samog zahteva. Paralelno s tim, kontinuirano pratimo zadovoljstvo kupaca načinom na koji su njihovi zahtevi rešeni, kako bismo dodatno unapredili korisničko iskustvo i osigurali transparentnu i efikasnu komunikaciju.



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

Pokazatelj zadovoljstva i
lojalnosti kupaca Coca-Cola HBC
Srbija (Net Promoter Score) je

82

ZAJEDNO SA KUPCIMA – delimo znanje, gradimo uspeh

Coke Akademija

Sada već treću godinu za redom nastavljamo našu jedinstvenu akademiju za kupce – Coke Academy. **U 2024. godini realizovali smo dva posebna izdanja edukativnog programa kojima ohrabrujemo naše kupce da unaprede svoje poslovanje.** Jedno izdanje je bilo posvećeno HoReCa sektoru sa fokusom na nove trendove, dinamično tržište i privlačenje adekvatne radne snage. Šesto izdanje Akademije je okupilo brojne vlasnike i menadžere koji su stekli uvid u relevantne savete i prakse.



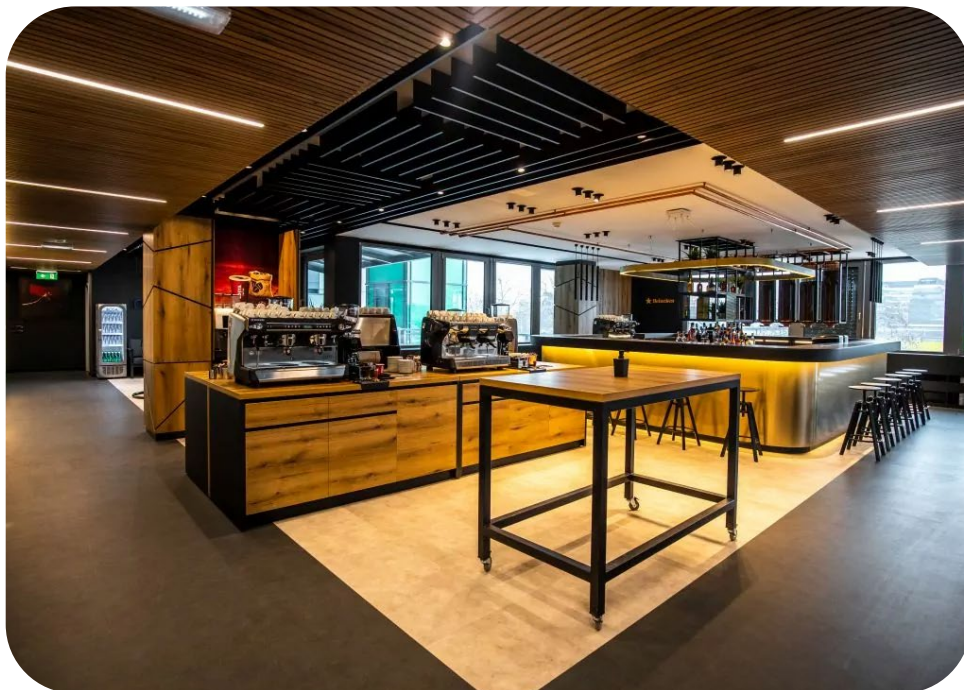
Drugo izdanje Akademije je bilo posvećeno unapređenju poslovanja malih trgovinskih radnji iz cele Srbije. Tom prilikom je više od 80 učesnika dobilo uvid u promene i trendove ponašanja potrošača uz najefikasnije tehnike za povećanje prodaje i profitabilnost.

Coke Academy do sada je osnažila 430 kupaca kroz šest uspešnih radionica, kontinuirano pružajući podršku i znanje za unapređenje poslovanja.

Naš 24/7 Experience Centar

Posebno želimo da istaknemo i rad našeg 24/7 Experience Centra — inovativnog prostora za podršku i edukaciju koji je dostupan svakodnevno. U okviru centra nudimo specijalizovane edukacije iz oblasti miksologije, kao i treninge o procesu pripreme kafe, koji je jednako važan kao i kvalitet same kafe.

Saradnja sa Coca-Cola HBC u domenu pripreme kafe donosi našim kupcima ekspertsku pomoć. Kada izaberu naše brendove kafe, na raspolaganju im je stručnjak koji može da održi edukativne treninge o procesu pripreme i nauči ih kako da zрно pretvore u savršenu šoljicu kafe.



Naš 24/7 Experience Centar sertifikovala je jedna od najprestižnijih svetskih asocijacija u industriji kafe, Specialty Coffee Association, kao prostor za trening barista, dok naši treneri poseduju neophodne sertifikate. Sve ovo radimo s jednom jasnom idejom – da ljubitelji kafe dobiju najviši kvalitet pripremljene kafe i da naši kupci imaju dodatnu vrednost kroz stručnu podršku.



Plazma i Bambi brendovi među najvoljenijima na tržištu

Kroz saradnju sa agencijom YouGov, kompanija Bambi realizovala je eksterna istraživanja u okviru izveštaja Brand Value Creator Tracker, sa ciljem dubljeg razumevanja percepcije i zadovoljstva potrošača. Ovom analizom identifikuju se ključni razlozi zbog kojih potrošači biraju određene proizvode, benefiti koje prepoznaju pri kupovini. Takođe, istraživanje obuhvata i uticaj faktora poput dostupnosti, cena i pozicioniranja na tržištu.

Rezultati praćenja zadovoljstva potrošača kroz Brand Value Creator Tracker, pokazuju da se tri Bambi brenda – Plazma, Wellness i Plazma Kocka – nalaze u top 10 omiljenih brendova, dok Plazma zauzima ubedljivu prvu poziciju u rangiranju svih brendova keksa na tržištu Srbije.

Lanac snabdevanja zasnovan na poverenju i odgovornosti

Dobavljače smatramo važnim saveznikom u obezbeđivanju stabilnog i odgovornog poslovanja, a saradnju sa njima gradimo kroz jasno definisane kriterijume.

U Coca-Cola HBC Srbija, dobavljači se klasifikuju kao direktni i indirektni. Direktni dobavljači obezbeđuju sirovine i ambalažu, ključne za finalni proizvod. Kriterijumi za izbor strateških dobavljača obuhvataju tehničke zahteve (pre svega kvalitet proizvoda ili usluga), komercijalne uslove (poput cene i rokova), kao i standarde održivosti. Kada je reč o održivosti, posebno se vrednuju odgovorni ekološki pristupi, društvena odgovornost i naponi u cilju smanjenja negativnog uticaja na životnu sredinu.

Za indirektno dobavljače, najvažniji faktori su dostupnost i brzina odgovora, dok se kod direktnih akcenat stavlja na pouzdanost isporuke, stabilnost kvaliteta i fleksibilnost u poslovnoj saradnji. Kompanija Bambi, pored direktnih i indirektnih dobavljača, sarađuje i sa tzv. „sourcing“ dobavljačima, zaduženim za pribavljanje proizvoda koje Bambi lansirala pod svojim brendovima i za svoj račun, a koje uslužno za Bambi proizvode proizvođači konditorskih proizvoda u zemlji i inostranstvu. Kriterijumi za izbor sourcing dobavljača fokusirani su na doslednost kvaliteta, pouzdanost i kontinuitet isporuke, sve u skladu sa internim standardima kvaliteta koje Bambi primenjuje.

Od svih partnera u lancu snabdevanja zahtevamo izvrsnost i visok stepen usklađenosti sa međunarodno priznatim standardima, kao što su: 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

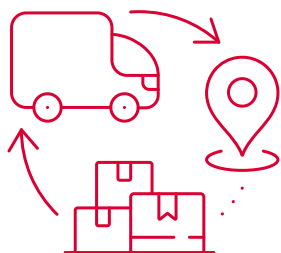
HBC). Kada je reč o poljoprivrednim sirovinama,

primenjujemo dodatne zahteve koji uključuju

sertifikate kao što su Rainforest Alliance i Fair Trade,

čime osiguravamo i ekološku i društvenu

odgovornost u procesu nabavke.



U 2024. godini, 83% nabavki Coca-Cola HBC Srbija i 77,56% nabavki Bambi realizovano je putem domaćih dobavljača.



Dobavljači sa kojima sarađujemo nalaze se pretežno na lokalnom i regionalnom nivou, u zavisnosti od vrste nabavke i specifičnih potreba. **Tokom 2024. godine, čak 83% budžeta za nabavku Coca-Cola HBC Srbija i 77,56% budžeta kompanije Bambi bilo je usmereno ka domaćim dobavljačima.** Ovi podaci predstavljaju rast u poređenju sa 2023. godinom i potvrđuju naš kontinuirani doprinos jačanju lokalne privrede i održivim poslovnim praksama.

Jedan od ključnih ciljeva održivosti Coca-Cola HBC Grupe je da do 2025. godine sve poljoprivredne sirovine koje koristimo budu nabavljene iz izvora usklađenih sa principima održive poljoprivrede. Tokom 2024. godine ostvaren je značajan napredak ka tom cilju – čak 96% sirovina dolazilo je iz izvora koji poštuju principe održivosti, što predstavlja veliki skok u odnosu na 79% iz 2023. godine.



EcoVadis platforma

Platforma EcoVadis, kao jedan od najpriznatijih globalnih sistema za ocenjivanje održivosti poslovanja, koristi se za praćenje i analizu potencijalnih rizika u našem lancu snabdevanja. Kroz sveobuhvatan sistem ocenjivanja, platforma omogućava uvid u performanse dobavljača na osnovu 21 kriterijuma koji obuhvataju oblasti zaštite životne sredine, društvene odgovornosti i upravljanja (ESG), pomažući nam da donosimo odluke zasnovane na kredibilnim i pouzdanim informacijama i razvijamo održivije partnerske odnose.

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, saradnja sa dobavljačima se redovno procenjuje jednom godišnje, kroz jasno definisan proces evaluacije (Supplier Evaluation & Authorization Procedure). Tokom ovog procesa proverava se i validnost svih relevantnih sertifikata koji se odnose na kvalitet proizvoda i upravljanje uticajem na životnu sredinu. Pored formalne evaluacije, dobavljačima omogućavamo i prostor za iskazivanje povratnih informacija o kvalitetu saradnje. Takođe, na raspolaganju im je i „Reci!“ telefonska linija za prijavljivanje eventualnih nepravilnosti u radu ili kršenja internih procedura od strane zaposlenih. Ovim pristupom osiguravamo transparentnu, odgovornu i obostrano korisnu saradnju.

Održivost i poštovanje ljudskih prava u lancu snabdevanja

Sastavni deo svakog ugovora koji potpisujemo sa partnerima u lancu snabdevanja čine **Vodeći principi za dobavljače**. Bez obzira na vrednost ugovora, svi dobavljači su dužni da potpišu posebnu izjavu kojom potvrđuju obavezu poštovanja ovih principa. Njima je pokriven širok spektar oblasti – od usklađenosti sa zakonskom regulativom, zabrane dečijeg i prinudnog rada, prava zaposlenih, uslova rada i zarada, do zdravlja i bezbednosti na radu, ekološke odgovornosti (uključujući emisije CO₂, biodiverzitet, upravljanje otpadom), kao i integriteta poslovanja, borbe protiv mita i korupcije i zaštite podataka.

U skladu sa tim, Coca-Cola HBC zadržava pravo da proveri usklađenost sa ovim standardima u bilo kom trenutku, uz mogućnost angažovanja nezavisnih revizora koji sprovode detaljnu procenu, uključujući i poverljive razgovore sa zaposlenima. Ako se ustanovi neusklađenost u bilo kom domenu, dobavljač je dužan da preduzme odgovarajuće korektivne mere. U slučaju da ne postupi u skladu sa zahtevima, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi zadržavaju pravo raskida saradnje.

2024.	Coca-Cola HBC Srbija	Bambi
Broj novih registrovanih dobavljača	85	26
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%

Nije zabeležen nijedan negativan društveni ili ekološki uticaj od strane dobavljača u 2024. godini, niti je bilo potrebe za prekidom poslovne saradnje po bilo kom osnovu iz dokumenta Vodeći principi za dobavljače.



Dan zelene nabavke

Zajedno sa dobavljačima radimo na integraciji održivosti u poslovanje

Održivi lanac vrednosti nije moguć bez angažovanih i odgovornih dobavljača. **Oni imaju ključnu ulogu u smanjenju indirektnih emisija CO₂**, koje čine više od 90% ukupnog ugljeničnog otiska naše kompanije – od sirovina i ambalaže do transporta i energetske procesa. Upravo zato već treću godinu zaredom organizujemo Dan zelene nabavke – forum posvećen saradnji, edukaciji i zajedničkom razvoju održivih rešenja.

U 2024. godini, forum je okupio oko 40 partnera, sa kojima smo razgovarali o konkretnim koracima ka smanjenju ekološkog otiska. U trećem izdanju Dana zelene nabavke iskoristili smo priliku da odamo priznanje dobavljačima sa kojima smo već uspešno sprovedi konkretna održiva rešenja, dodeljujući im zahvalnice za njihov doprinos našem zajedničkom održivijem poslovanju.

-  Pan Ledi – za doprinos smanjenju emisija CO₂ u transportu,
-  Eksino – za unapređenje energetske efikasnosti, smanjenje ambalažnog otpada i produženje intervala zamene ulja,
-  Banim – za plasman i implementaciju recikliranih polica na tržište.

Dan zelene nabavke je više od događaja – to je zajednička platforma za stvaranje odgovornijeg i otpornijeg lanca vrednosti.

ecovadis



O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZAJEDNICA

GRI INDEKS



Naši ljudi

UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA:



Dobro zdravlje

Rodna
ravnopravnostDostojanstven rad i
ekonomski rast

Smanjenje nejednakosti

Mir, pravda i snažne
institucije*Ključne aktivnosti i rezultati u 2024. godini:*

 Ukupan broj zaposlenih
Coca-Cola HBC Srbija **1157**

 Ukupan broj zaposlenih
Bambi **671**

 Fluktuacija zaposlenih u
kompaniji Coca-Cola HBC
Srbija iznosi **7%**

 Ukupan broj sati obuke
zaposlenih u Coca-Cola
HBC Srbija tokom 2024.
iznosio je više od **33.000**

dok Bambi kompanija
beleži rekordno nisku
fluktuaciju u iznosu od **4,16%**

a u kompaniji Bambi
više od **5.000**

Još jednom na vrhu:

Coca-Cola HBC Srbija proglašena za najpoželjnijeg poslodavca u Srbiji!

Naša kompanija je ponela prestižnu titulu najpoželjnijeg poslodavca u Srbiji u okviru Talent X istraživanja, koje je sprovedeno u martu 2024. godine putem Infostud platformi – Poslovi Infostud i Startuj Infostud.

Više od 11.000 kandidata učestvovalo je u istraživanju koje ima za cilj da identifikuje kompanije koje kandidati najviše cene, ali i da bolje razume šta današnji i budući zaposleni očekuju od svojih poslodavaca. Posebno smo ponosni na

činjenicu da nas je preko 3.000 mladih ispitanika izdvojilo kao poslodavca koji predstavlja sinonim za stabilnost, poverenje i podsticajno radno okruženje.

Kandidati su kao najvažnije vrednosti koje čine jednog poslodavca atraktivnim istakli:

- *Finansijsku stabilnost i sigurnost radnog mesta,*
- *Vrednovanje doprinosa zaposlenih i njihovo uključivanje u uspeh kompanije,*
- *Poštovanje, otvorenu komunikaciju i dobru atmosferu,*
- *Fleksibilnost i balans između poslovnog i privatnog života,*
- *Mogućnost ličnog i profesionalnog razvoja.*

Ova nagrada nije samo priznanje za ono što radimo – ona je i podsetnik da kulturu poverenja, poštovanja i zajedničkog rasta moramo negovati iz dana u dan.



Radni uslovi

Verujemo da samo uz snagu, stručnost i uključenost naših zaposlenih možemo da ostvarimo našu viziju i ambiciozne planove rasta. Zato obezbeđujemo kompetitivne radne uslove, kao i sigurno i podsticajno radno okruženje. Na kraju 2024. godine, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi imale su ukupno 1.828 zaposlenih, dok je još 662 radnika bilo angažovano putem agencija za privremeno zapošljavanje. Više od 90% zaposlenih zaposleno je na neodređeno vreme, dok su stope fluktuacije iz godine u godinu stabilne, i iznose 7% u Coca-Cola HBC Srbija, odnosno 4,16% u Bambiju.

Coca-Cola HBC Srbija 2024	Zaposleni – rodna struktura		
	muškarci	žene	Ukupno
Broj zaposlenih	852	305	1157
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	800	247	1047
Broj zaposlenih na određeno vreme	52	58	110
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	-	-	-
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	852	305	1157

Coca-Cola HBC Srbija 2024	Zaposleni – po lokalitetima		
	Beograd	Vlasinka*	Ukupno
Broj zaposlenih	1005	152	1157
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	912	135	1047
Broj zaposlenih na određeno vreme	93	17	110
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	-	-	-
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	1005	152	1157

Coca-Cola HBC Srbija 2024	Drugi radnici/Treća lica*		
	žene	muškarci	Ukupno
Broj radnika - treća lica	80	371	451

*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



*U broj zaposlenih za lokalitet Vlasinka, uračunati su i zaposleni u punionici u Neresnici (58).

O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZAJEDNICA

GRI INDEKS

Coca-Cola HBC Srbija	Starosna struktura zaposlenih			Starosna struktura predstavnika upravljačkih tela		
	Ispod 30 god.	30–50 god.	Preko 50 god.	Ispod 30 god.	30–50 god.	Preko 50 god.
2024	21%	65%	14%	-	80%	20%



Fluktuacija radne snage - Coca-Cola HBC Srbija	2024	
	muškarci	žene
Novozaposleni	107	67
Zaposleni koji su napustili kompaniju	52	29

Starosna struktura zaposlenih koji su napustili kompaniju - Coca-Cola HBC Srbija	2024	
	muškarci	žene
<30	8	12
30–50	39	17
>50	5	0
Ukupno	52	29

Stopa fluktuacije - Coca-Cola HBC Srbija	
2024	7%

O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZAJEDNICA

GRI INDEKS

Bambi 2024	Zaposleni – rodna struktura		
	muškarci	žene	Ukupno
Broj zaposlenih	270	401	671
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	252	379	631
Broj zaposlenih na određeno vreme	18	22	40
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	-	-	-
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	270	401	671

Bambi 2024.	Zaposleni – po lokalitetima		
	Požarevac	Beograd	Ukupno
Broj zaposlenih	569	102	671
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	532	99	631
Broj zaposlenih na određeno vreme	3	37	40
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	-	-	-
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	569	102	671

Bambi 2024.	Drugi radnici/Treća lica*		
	žene	muškarci	Ukupno
Broj radnika - treća lica	145	66	211

* 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 i predstavništvu), i saradničkim poslovima (u istraživanju i razvoju i ljudskim resursima), putem ugovora na određeno ili neodređeno vreme sa agencijama za privremeno angažovanje.



O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZAJEDNICA

GRI INDEKS

Bambi	Starosna struktura zaposlenih			Starosna struktura predstavnika upravljačkih tela		
	Ispod 30 god.	30–50 god.	Preko 50 god.	Ispod 30 god.	30–50 god.	Preko 50 god.
2024	10,58%	50,67%	38,75%	-	71,43%	28,57%

Fluktuacija radne snage - Bambi	2024	
	muškarci	žene
Novozaposleni	17	15
Zaposleni koji su napustili kompaniju	23	13

Starosna struktura zaposlenih koji su napustili kompaniju - Bambi	2024	
	muškarci	žene
<30	9	1
30–50	11	10
>50	3	2
Ukupno	23	13

Stopa fluktuacije - Bambi

2024	4,16%
------	-------



Slavimo posvećenost i godine zajedničkog uspeha

U našim kompanijama, posebnu pažnju posvećujemo našim jubilentima, jer verujemo da dugogodišnja posvećenost, trud i lojalnost zaslužuju priznanje i zahvalnost.

U 2024. godini, čak 114 kolega Coca-Cola HBC Srbija obeležilo je značajne jubileje – 10, 20, 30, 35 i čak 40 godina rada u našoj kompaniji.

U kompaniji Bambi, vrednost jubilarnih nagrada je u toku 2024. godine duplirana i nagrađeno je čak 72 zaposlenih koji su obeležili 10, 20, 30, 35 ili 40 godina rada, a sama vrednost jubilarnih nagrada je u toku 2024. godine duplirana.



Kolektivni ugovor

Pravo na formiranje sindikalnih organizacija, kao i pravo da se pridruži tim organizacijama, ima svaki zaposleni u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. U slučajevima kada zaposlene zastupaju sindikalne organizacije koje su priznate zakonom, zalažemo se za uspostavljanje konstruktivnog dijaloga sa njihovim predstavnicima, izabranim slobodnom voljom zaposlenih.

Svi zaposleni obuhvaćeni su kolektivnim ugovorom. Prilikom donošenja velikih poslovnih odluka i bavljenja 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, dok je minimalni period za obaveštavanje 8 dana. U kompaniji Bambi, definisani minimalni rok za informisanje o strateškim promenama u poslovanju takođe iznosi osam dana.

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija je zaključen novi kolektivni ugovor za period od februara 2024. godine do februara 2027. godine. U dijalogu zasnovanom na uzajamnom poštovanju i partnerstvu između predstavnika sindikata i kompanije, prethodni kolektivni ugovor je usvojen ponovo, uz nekoliko važnih unapređenja u korist zaposlenih:

- *Uvedeno je uvećanje naknade za noćni rad sa 30% na 50%*
- *Broj dana za rođenje deteta na 10 dana*
- *Stipendija za decu samohranih roditelja*

Ovaj Kolektivni ugovor potvrđuje vrednost da je „*MI važnije od JA*“ i jasno oslikava kontinuiranu posvećenost kompanije stvaranju sigurnog, podržavajućeg i pravednog radnog okruženja za sve zaposlene.

U 2024. godini u kompaniji Bambi je takođe zaključen novi kolektivni ugovor, na period od tri godine. U postupku pregovaranja, kompanija i sindikati su potvrdili do sada ugovorena prava zaposlenih i drugih radno angažovanih lica, i saglasno usvojili sažeti predlog teksta ugovora koji će obe strane efikasnije i lakše primenjivati u praksi. Nove odredbe ugovora prilagođene su potrebama organizacije rada poslodavca, uz poštovanje prava i u interesu zaposlenih:

- *Uvedeno je vreme pripravnosti za zaposlene u neposrednoj proizvodnji i održavanju proizvodnih linija, i ugovorena posebne naknade na ime obaveze pripravnosti;*
- *Duplirana je vrednost jubilarnih nagrada za zaposlene koji obeležavaju 10,20,30,35 i 40 godina rada u kompaniji;*
- *Uvedeno je uvećanje naknade za noćni rad sa 35% na 40%*
- *Roditeljima sa dvoje maloletne dece omogućena su 3 dodatna dana godišnjeg odmora (umesto dosadašnja 2)*



Briga o zaposlenima i benefiti



KUTAK ZA BALANS – Sistemska podrška zaposlenima tokom cele godine

U Coca-Cola HBC Srbija, blagostanje zaposlenih predstavlja važan deo organizacione kulture. Pristup zaposlenima, uključujući benefite, podršku i svakodnevni odnos, objedinjen je i strukturisan kroz internu platformu Kutak za balans – jedinstveni okvir koji omogućava kontinuiranu brigu o ljudima, u svim fazama profesionalnog i ličnog razvoja.

Kutak za balans pruža konkretnu podršku i motivaciju tokom cele godine, oslanjajući se na četiri ključna stuba dobrobiti: fizičko, mentalno, finansijsko i društveno blagostanje.

Četiri stuba dobrobiti kao oslonac za kvalitetniji svakodnevni život:

1. Fizičko blagostanje

Kroz brojne inicijative, kompanija podstiče zaposlene da ostanu aktivni i očuvaju zdravlje – kroz sportske aktivnosti sa kolegama, Playroom zone u kancelarijama, sistematske preglede u saradnji sa privatnim Domom zdravlja, kao i slobodne dane za dobrovoljne davaoce krvi.

U 2024. godini, obuhvat privatnog zdravstvenog osiguranja proširen je i na radno angažovane putem agencija za privremeno zapošljavanje.

2. Mentalno i emocionalno blagostanje

Kroz Employee Assistance Program (EAP) platformu, svi zaposleni i članovi njihovih porodica imaju pristup psihološkoj podršci i savetovanju 24/7, uz pravo na 6 sesija po temi godišnje. Platforma nudi i dodatne edukativne sadržaje, kao i podršku za menadžere, dok su online treninzi i slobodan dan za rođendan deo šireg pristupa brige o zaposlenima.

3. Finansijska sigurnost i podrška u važnim životnim trenucima

Kompanija obezbeđuje podršku u trenucima kao što su roditeljstvo, penzija, jubileji ili upis deteta u školu. Dodatne pogodnosti uključuju stipendije, popuste kroz Katalog benefita, mogućnost otkupa službenih vozila i radne opreme, kao i tradicionalne praznične podele pića.

4. Društvena uključenost i zajedništvo

Verujući u snagu zajednice, kompanija podstiče međusobnu povezanost i timski duh kroz događaje kao što su Porodični dan, volonterske akcije, obilazak fabrike za decu zaposlenih i druge društvene inicijative.

Kutak za balans je sistemska, konkretna i održiva podrška zaposlenima u svim aspektima života.

U našoj kompaniji briga o ljudima ne prestaje po završetku radnog vremena – ona se neguje, deli i razvija svakog dana.



My Voice



Merimo zadovoljstvo zaposlenih

Kako bismo kreirali bolje radno okruženje za sve, negujemo otvorenu komunikaciju i kulturu povratnih informacija, redovno prateći zadovoljstvo zaposlenih kroz utvrđene mehanizme istraživanja. Sa ovim ciljem, na svake dve godine realizuje se u potpunosti anonimna „My Voice“ anketa, koju sprovodi nezavisna konsultantska kuća. Pored ovog istraživanja radimo „My Voice Pulse“ – kratku anketu fokusiranu na ključne poslovne teme i zadovoljstvo. Na osnovu rezultata ovih anketa pravimo planove i sprovodimo akcije sa ciljem poboljšanja radnog okruženja.

Rezultati za Coca-Cola HBC Srbija

Preporučio bih kompaniju kao poslodavca	Veruje u strateške prioritete kompanije	Ponosni što su deo kompanije
82%	89%	90%

Rezultati za Bambi

Preporučio bih kompaniju kao poslodavca	Veruje u strateške prioritete kompanije	Ponosni što su deo kompanije
86%	89%	93%

Pored zakonski zagarantovanih prava na porodijsko odsustvo, otpremninu pri odlasku u penziju, zaposleni u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi imaju i privatno zdravstveno osiguranje, kao i životno osiguranje, dok zaposleni u kompaniji Bambi imaju i pravo na sticanje vlasništva nad akcijama. U 2024. godini u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija obuhvat privatno zdravstvenog osiguranja proširen je i na radno angažovane putem agencija za privremeno zapošljavanje.

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.

Pravo na porodijsko odsustvo i odsustvo sa rada radi nege deteta imaju svi zaposleni, a posebno podržavamo povratak naših koleginica i kolega na radno mesto po isteku porodijskog odsustva i odsustva sa rada radi nege deteta. Tokom 2024. godine, 16 koleginica u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, kao i 12 koleginica u kompaniji Bambi, iskoristili su pravo na porodijsko odsustvo i odsustvo sa rada radi nege deteta. U Coca-Cola HBC Srbija, stopa povratka na radno mesto po povratku sa porodijskog odsustva i odsustva sa rada radi nege deteta iznosi 100%, dok stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznosi 64%. U Bambiju stopa povratka na radno mesto po povratku sa porodijskog odsustva i odsustva sa rada radi nege deteta, kao i stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznose 100%.



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 predviđenih programima prepoznavanja i nagrađivanja
-  **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, podrška samohranim roditeljima (primenjuje Coca-Cola HBC Srbija)
-  **Poklon pakete proizvoda** dva puta godišnje, kao i novogodišnje paketiće za decu zaposlenih
-  **Popuste za kupovinu robe** i usluga prema ostvarenim saradnjama
-  **Kupovinu proizvoda** kompanije po povlašćenim cenama (primenjuje Bambi)
-  **Više dana godišnjeg odmora** i plaćenog odsustva od zakonskog minimuma
-  **Isplatu regresa** (finansijske pomoći za pokrivanje troškova godišnjeg odmora), kao i nagrade za sve zaposlene na dan kompanije (primenjuje Bambi)
-  **Po 1 dan plaćenog odsustva za rođendan zaposlenog** i prvi dan kada deca zaposlenih polaze u jasle, vrtić ili prvi razred (primenjuje Coca-Cola HBC Srbija)
-  **10 dana plaćenog odsustva za očeve zbog rođenja deteta** (Coca-Cola HBC Srbija), odnosno 6 dana za rođenje deteta + 1 dan za prvi pregled (Bambi)

Edukativna radionica:

Saveti za zaštitu dece na internetu

Svesni izazova koje donosi savremeno digitalno okruženje, tokom jula prošle godine organizovali smo edukativnu radionicu o bezbednosti dece na internetu, u saradnji sa Digitalnom zajednicom, koju smo ujedno podržali i u izradi istoimene brošure.

Naši zaposleni imali su priliku da se upoznaju sa najčešćim izazovima s kojima se roditelji u Srbiji susreću u nastojanju da zaštite decu u online prostoru, kao i da dobiju konkretne savete kroz praktičnu i jasno napisanu brošuru. Radionica je bila informativna i inspirativna, sa stvarnim primerima iz prakse Nacionalnog kontakt centra, i mogla se pratiti kako uživo, tako i online.



Zlatna Koca

Zato što cenimo jedni druge

U Coca-Cola HBC Srbija, kontinuirano slavimo i prepoznavamo izuzetne kolege – one koji svojim ponašanjem, energijom i posvećenošću svakodnevno čine naš radni ambijent boljim, jednostavnijim i održivijim mestom za sve nas.

Zlatna Koca je prilika da zajedno iskažemo zahvalnost i priznanje kolegincima i kolegama koji žive naše vrednosti i inspirišu nas svojim primerom.

Zaposleni imaju mogućnost da putem anonimnog upitnika nominuju kolege u četiri kategorije, koje su ujedno i temelj naše kompanijske kulture:

- 🍷 Zlatna Koca maestru kome je kupac na prvom mestu
- 🍷 Zlatna Koca onome ko zna da je „Mi“ važnije od „Ja“
- 🍷 Zlatna Koca da podržimo svakog ko radi održivo
- 🍷 Zlatna Koca jer činiš stalno da sve bude jednostavno

Ova inicijativa deo je naše tradicije, koju sprovodimo dva puta godišnje – u junu i decembru.

Svaki ciklus donosi 20 pobednika – po 5 u svakoj kategoriji. Nominacije se pažljivo razmatraju, uz podršku prethodnih dobitnika i tima za ljude i kulturu, vodeći se brojem nominacija i usklađenošću sa vrednostima. Nagrada uključuje: Zlatnu Rakiju kao simbol priznanja, novčani bonus u iznosu od 100€, dodatni slobodan dan i svečanu dodelu uz inspirativne priče i miksologiju.

Zlatna Koca nije samo priznanje – to je izraz međusobnog poštovanja i potvrda da kultura priznanja živi u svakom od nas.



U pokretu za zdraviji život - kolege koje inspirišu

Kada je reč o fizičkom blagostanju, pružamo prilike za učešće u sportskim i rekreativnim aktivnostima, od timskih utakmica u fudbalu i košarci, do učešća na trkama i humanitarnim maratonima širom Srbije.

Samo prošle godine, više od 160 naših kolega iz obe kompanije trčalo je na Beogradskom maratonu, polumaratonu, Nike Run-u, DM ženskoj trci, za humanitarnu akciju *Run and walk 4BELhospice*, kao i mnogim drugim događajima. Pored toga što su pomerili svoje fizičke granice, pokazali su i snagu zajedništva, timskog duha i lične posvećenosti zdravijem načinu života. Ponosni smo na svaki kilometar, svaku pobedu, malu ili veliku, jer naše kolege na ovaj način potvrđuju svoju istrajnost i služe kao inspiracija svima nama.



Porodičan dan za sve zaposlene

Coca-Cola HBC Srbija je i u 2024. godini tradicionalno organizovala Porodični dan – događaj koji okuplja naše zaposlene i njihove najbliže, slaveći zajedništvo i vrednosti koje svakodnevno živimo.

Više od 1.200 kolega i članova njihovih porodica ulepšalo je ovaj dan osmesima, pozitivnom energijom i iskrenim druženjem, čineći Porodični dan autentičnim odrazom naše kulture.

Verujemo da radost treba deliti – zato smo umesto poklona, odlučili da u ime svih nas uputimo donaciju udruženju „Reciklažni centar Užice“, organizaciji koja pruža podršku ženama iz ranjivih grupa i bavi se reciklažom tekstila, doprinoseći održivijem i inkluzivnijem društvu.

Porodični dan za nas predstavlja i posebnu priliku za zajedno učimo, rastemo i činimo dobro. Posebnu pažnju posvetili smo zelenim temama: najmlađi, zajedno sa roditeljima, učestvovali su u edukativnoj predstavi o reciklaži i kreativnoj EKO radionici, učeći kako male promene u svakodnevnim navikama mogu doprineti očuvanju naše planete.

Zdravlje i bezbednost

Sva zakonska regulativa u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu se u našem poslovanju primenjuje u punom obimu. Uz to, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi imaju implementiran i sertifikovan sistem menadžmenta bezbednošću i zdravljem na radu prema zahtevima standarda ISO 45001, a Coca-Cola HBC Srbija primenjuje i Coca-Cola Hellenic i TCCC KORE standarde u vezi sa bezbednošću na radu. Pristup ovoj temi definisan je u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija [Politikom zaštite zdravlja i bezbednosti na radu](#), a u kompaniji Bambi [Politikom integrisanog sistema upravljanja](#).

Uključujemo strategiju zaštite zdravlja i bezbednosti na radu u godišnji proces planiranja poslovanja i programe merenja učinka, nastojeći da pored poštovanja zakonskih okvira aktivno razvijamo naše interne standarde u ovoj oblasti. Kontinuirano radimo na promovisanju kulture bezbednosti i zdravlja na radu, organizujemo sveobuhvatne obuke, uz redovno uključivanje zaposlenih u aktuelne programe posvećene ovoj temi.

Posebno smo ponosni na činjenicu da, u, za nas veoma izazovnoj godini, zahvaljujući punoj i doslednoj primeni svih mera bezbednosti, prilikom požara u kompaniji Bambi nije povređen nijedan zaposleni niti pripadnik vatrogasne jedinice. Takođe, tokom 6 meseci intenzivnih građevinskih radova, u kojima je učestvovalo 16.000 radnika angažovanih od strane podizvođača, nije zabeležena nijedna povreda na radu.

Sistemom bezbednosti i zdravlja na radu obuhvaćene su sve aktivnosti i sva lica u obe kompanije, odnosno zaposleni, radno angažovani, podizvođači, učenici na praksi, posetioci i sva druga lica koja borave u radnom prostoru. Identifikacija opasnosti i štetnosti u vezi sa radom ogleda se u redovnom praćenju i ažuriranju potencijalnih rizika na radnom mestu.

BEZBEDNOSNA PRAVILA ZA:

RAD U ZATVORENOM PROSTORU

5 seconds

think before you start

1

Kompletirajte svoju opremu: šlem, sigurnosni pojas, višeglasni detektor, ili drugim bezbednosnim sistemom.

2

Uzmite dozvolu za rad u skučenom prostoru.

3

Proverite atmosferu radnog prostora detektorom.

4

Uvek osigurajte da ste zaštićeni od tada sa visine.

5

Ne zaboravite da vam pomognu ostali obučeni zaposleni.

Kako se možemo zaštititi na poslu?

Odvojite 5 sekundi da Zastanete i razmislite!

Analizom rizika obuhvaćeni su svi procesi i aktivnosti, i u skladu sa tim definisani su akcioni planovi za eliminaciju ili smanjenje rizika. U skladu sa zakonom, izrađuje se Akt o proceni rizika koji obimom obuhvata sva radna mesta kod poslodavca. Osim zakonske obaveze za izradu Akta o proceni rizika, kompanija Coca-Cola HBC Srbija sprovodi i analizu rizika za svaku zonu boravka zaposlenih koja se izrađuje po metodologiji kompanije, a u skladu je sa KORE zahtevima.

Nedelja bezbednosti na radu

Kontinuirano, svake godine organizujemo zajedničku internu kampanju posvećenu bezbednosti zaposlenih, sa ciljem da prenesemo jasnu poruku – bezbednost i zdravlje na radu su odgovornost svih nas.

Prošlogodišnja kampanja, pod nazivom „Zato što mi je stalo“, donela je snažan podsetnik da bezbednost nije samo poslovna obaveza, već i lična odgovornost svakog pojedinca. U okviru kampanje, zaposleni su imali priliku da pogledaju inspirativne video sadržaje u kojima njihove kolege dele lična viđenja toga šta za njih znači bezbednost na radu.

Iako su njihove perspektive različite, dve poruke su se posebno izdvojile:

- Briga o sopstvenoj bezbednosti istovremeno je i briga o bezbednosti kolega.
- Naš zajednički cilj je stvaranje radnog okruženja u kojem se svaki zaposleni može bezbedno vratiti kući – onima koje voli.

Kako bismo dodatno osnažili kulturu bezbednosti, u okviru kampanje podsetili smo se i osnovnih pravila bezbednosti i jednostavnih alata koji nas svakodnevno podsećaju na ključne korake za očuvanje bezbednosti.

Zajedničkim snagama, pažnjom i odgovornošću, gradimo radno okruženje u kojem je svako bezbedan, zaštićen i podržan. Zato što nam je stalo.

Svi zaposleni u kompaniji Bambi bilo kakvu pojavu koja može ugroziti bezbednost zaposlenih mogu prijaviti direktno ili putem e-pošte svom nadređenom, kao i kroz aplikaciju putem koje svi zaposleni mogu prijaviti nebezbednu situaciju ili predložiti korektivne mere u vezi sa radom. Zaposleni su zaštićeni i motivisani da učestvuju u prijavama koje se odnose na bezbednost kroz sva kompanijska dokumenta (Ugovor o radu, Kolektivni Ugovor). Svi do sada prepoznati prijavljeni rizici se tretiraju u skladu sa izrađenom Analizom rizika, dok se novi rizici dodatno analiziraju od strane stručnog tima.

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija je u potpunosti uspostavljen sistem Prijave potencijalnih opasnosti putem Near miss platforme. Svaki zaposleni može prijaviti opasnosti u vezi sa radom direktno svom neposrednom rukovodiocu usmeno, ili pismeno putem Near miss aplikacije, zatim putem predstavnika za bezbednost i zdravlje na radu koji su članovi Odbora za bezbednost i zdravlje na radu, kao i kroz popunjavanje upitnika za opservaciju kroz program Bezbednosti zasnovane na ponašanju (BBS). Zaposleni su zaštićeni od kazni kako zakonom, tako i mogućnošću korišćenja „Reci!“ linije preko koje mogu anonimno prijaviti kršenje Kodeksa poslovnog ponašanja, koji između ostalog uključuje i standarde bezbednosti i zdravlja na radu. Naš pristup se zasniva na negovanju okruženja u kome nema mesta za osuđivanje, kao i na principu da su greške predvidive, da se mogu sprečiti ili se njima može upravljati, pri čemu je ključan način na koji rukovodstvo reaguje na greške.

U jasnoj i razumljivoj formi, sve relevantne procedure dostupne su svim zaposlenima na kompanijskom portalu i u štampanom obliku na mestima primene. Uz to, sprovodi se niz obuka za zaposlene, sa posebnim fokusom na novozaposlene i zaposlene na specifičnim radnim mestima (npr. rad na visini, upravljanje viljuškarom). U kompaniji Bambi se sprovodi i obuka „Siguran start“, nakon dužeg odsustva zaposlenog s posla ili nakon pauze zbog praznika. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija svi novozaposleni takođe moraju proći obuku za bezbedan i zdrav rad, a u okviru obuke radi se i provera znanja putem testa. Svi zaposleni prolaze i periodični trening iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu. Zaposleni koji upravljaju kompanijskim vozilima prolaze i trening za bezbednu i defanzivnu vožnju.



Pitanja bezbednosti i zdravlja na radu obuhvaćena su i Kolektivnim ugovorom u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Kolektivnim ugovorom se uređuju prava, obaveze i odgovornosti poslodavca i zaposlenih iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, rad na radnom mestu sa povećanim rizikom, postupak izbora i načina rada predstavnika zaposlenih i odbora za bezbednost i zdravlje na radu, procena profesionalnih rizika radnih mesta, obezbeđivanje sredstava lične zaštite, obuka zaposlenih, i druga relevantna pitanja.

Takođe, u obe kompanije postoje odbori za bezbednost i zdravlje na radu, koji se sastoje od predstavnika zaposlenih i predstavnika poslodavaca. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, svaka lokacija (Beograd, Vlasinka i Neresnica) ima imenovan odbor za bezbednost i zdravlje na radu. Predstavnici zaposlenih, odnosno Odbor, ima pravo da poslodavcu daje predloge o svim pitanjima koja se odnose na bezbednost i zdravlje na radu, zahteva od poslodavca da preduzme odgovarajuće mere za otklanjanje ili smanjenje rizika koji ugrožava bezbednost i zdravlje zaposlenih, da zahteva vršenje nadzora od strane inspekcije rada, ako smatra da poslodavac nije sproveo odgovarajuće mere za bezbednost i zdravlje na radu, da prisustvuje inspeksijskom nadzoru, kao i da podnese primedbe i zapažanja. Nakon sastanaka odbora, koji se održavaju najmanje dva puta godišnje, sačinjavaju se zapisnici koji se komuniciraju najvišem menadžmentu kompanije, kao i svim zaposlenima u kompaniji putem oglasnih tabli.



Pri beleženju i statističkom izveštavanju o nezgodama i povredama na radu 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 nezgode, 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).

Tokom 2024. godine nije bilo nezgoda sa fatalnim ishodom, kao ni profesionalnih oboljenja. U kompaniji Bambi je zabeleženo ukupno 12 povreda na radu, od kojih 2 teže. Najčešći tipovi povreda su povrede usled padova, spoticanja i klizanja (posledice: prelom, kontuzije/udarci), izvođenje operacija na drugačiji način od uputstva za rad. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija zabeleženo je 9 povreda na radu kod zaposlenih, 7 povreda na radu radno angažovanih, i 1 povreda na radu nezavisnih podizvođača. Glavni tipovi povreda su saobraćajne nezgode, saplitanje, padovi i uganuća, kontakt sa opremom za rad, kontakt sa električnim energijama.



Stopa zabeleženih povreda na radu – 2024.	Coca-Cola HBC Srbija	Bambi
Zaposleni	0,68	2,1
Radno angažovani	1,48	-
Nezavisni podizvođači	1,99	-

Stopa povreda sa ozbiljnim posledicama – 2024	Coca-Cola HBC Srbija	Bambi
Zaposleni	-	0,3
Radno angažovani	-	-
Nezavisni podizvođači	-	-

Jednak tretman i mogućnost za sve

Različitost i ljudska prava

Kroz primenu usvojenih internih dokumenta: *Kodeks poslovnog ponašanja*, *Politika ljudskih prava* i *Politika jednakosti*, osiguravamo radnu atmosferu koja isključuje bilo koji oblik diskriminacije ili uznemiravanja na osnovu rase pripadnosti, pola, boje kože, nacionalnog ili socijalnog porekla, religijskog opredeljenja, starosti, invaliditeta, seksualne orijentacije, političkog mišljenja ili bilo kog drugog statusa zaštićenog važećim zakonima.

Politika ljudskih prava kompanije Coca-Cola HBC Srbija se zasniva na međunarodnim principima o ljudskim pravima, koji su obuhvaćeni Univerzalnom deklaracijom o ljudskim pravima, Deklaracijom o osnovnim principima i pravima na radu Međunarodne organizacije rada, Globalnim dogovorom Ujedinjenih nacija i Vodećim principima Ujedinjenih nacija o poslovanju i ljudskim pravima. Ova Politika se primenjuje u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, u subjektima u njenom vlasništvu, u subjektima u kojima ima većinski udeo, kao i u objektima kojima kompanija upravlja.

Politikom ljudskih prava i Politikom jednakosti kompanije Coca-Cola HBC Srbija ustanovljene su formalne žalbene procedure za slučajeve potencijalnog kršenja prava zaposlenih. 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 2024. godine nije bilo zabeleženih slučajeva diskriminacije, kao ni podnetih žalbi u vezi sa ljudskim pravima.



Rodna ravnopravnost

Jedan od ciljeva održivosti do 2025. godine na nivou Coca-Cola HBC Grupe je postizanje pune rodne ravnopravnosti na menadžerskim pozicijama. Na kraju 2024. procenat žena na menadžerskim pozicijama na nivou Grupe iznosio je 43.5%.

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, tokom 2024. godine, zastupljenost žena na menadžerskim pozicijama iznosi 41 %, dok na pozicijama u okviru upravljačkog tela jeste 45 %. U kompaniji Bambi procenat žena na menadžerskim pozicijama je u 2024. godini iznosio 43,33%.

Mere koje preduzimamo uključuju fokus na zadržavanju zaposlenih, uravnoteženo eksterno zapošljavanje, kao i različite programe jačanja kapaciteta. Jedan od takvih programa je "Žene liderke", koji se realizuje na nivou cele Coca-Cola HBC Grupe od 2022. godine. Cilj ovog programa je da pored podrške, pomogne u promeni kulturološke i rodne paradigme sa kojom se žene neretko susreću kako se uspinju na hijerarhijskoj lestvici. Do sada je 17 liderki iz Coca-Cola HBC Srbija prošlo kroz ovaj program.

Žene u prodaji - povezivanje, razumevanje i osnaživanje

Naša snaga leži u zajedništvu – kada se okupimo, razgovaramo otvoreno i slušamo jedni druge, gradimo temelje za snažniju, podržavajuću i uspešniju kulturu. Zbog toga je organizovan i poseban interni događaj, odnosno, radionica posvećena isključivo ženama u ulozi Biznis Developerki širom Srbije. Kroz otvoreni dijalog, kolegice su podelile svoja svakodnevna iskustva sa terena – izazove, inspirativne trenutke, ali i konkretne predloge za unapređenje saradnje, komunikacije i timske integracije. Još jedan korak ka snažnijoj međusobnoj podršci i boljem razumevanju svega što oblikuje njihovu profesionalnu svakodnevnicu.



Razvoj zaposlenih

Razvojne potrebe i dosadašnji napredak zaposlenih kontinuirano pratimo kroz proces procene profesionalnog učinka (Performance 4 Growth), koji podrazumeva polugodišnje ocenjivanje sa fokusom na ključne elemente performansa iz prethodnog perioda i prioritete koji dolaze. Tokom 2024. godine, ovaj proces je proširen na veći broj zaposlenih, tako da je kroz njega prošlo 100% zaposlenih u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, izuzimajući one na dugoročnim bolovanjima ili porodiljskom odsustvu, kao i 100% zaposlenih u kompaniji Bambi.

Za sve novozaposlene u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija u 2024. godini uveden je strukturisani prvi radni dan, koji se sastoji iz aktivnosti fokusiranih na upoznavanje kompanije, njene kulture, kao i svih neophodnih procedura i procesa koji novozaposlenima olakšavaju privikavanje na novo radno okruženje.

Kako bismo dodatno unapredili procese, tokom 2024. godine rukovodioci i zaposleni su prošli dodatnu edukaciju o značaju i načinima pružanja povratne informacije. Na osnovu povratnih informacija prikupljenih kroz fokusirane ankete i relevantne fokus grupe, razvijeni su strukturirani i sadržajni akcioni planovi usmereni na unapređenje privrženosti zaposlenih. Takođe, edukacija je obuhvatila i temu važnosti privrženosti zaposlenih za održivost poslovanja, ističući njen direktan uticaj na rezultate kompanije. Naši programi obuke prilagođeni su potrebama zaposlenih i podržavaju njihov profesionalni razvoj i uspeh u preuzimanju novih uloga. Pored takozvanog "core curriculum-a", koji podrazumeva interne obuke za razvoj funkcionalnih veština neophodnih za obavljanje svakodnevnog posla, pružamo i individualno prilagođene treninge u različitim formatima – u učionici, online, kroz rad na projektima ili putem mentorstva i koučinga, interno ili eksterno. Svim zaposlenima, u svakom trenutku je dostupna i e-learning platforma sa širokim spektrom tema.

Bambi Sales Akademija – Ulaganje u ljude kao temelj održive budućnosti



U izazovnim vremenima, naša strategija nije se menjala – razvoj ljudi ostao je prioritet, a nove okolnosti su samo podstakle intenziviranje aktivnosti na ovom polju. Tako su tokom 2024. godine, koleginice i kolege iz prodaje prosečno prošle kroz 13 od 16 dostupnih online treninga, čime je broj odslušanijih sesija dostigao rekordnih 1296. Održana su i dva in-class treninga za celu populaciju merchandisera i prodavaca, fokusirana na teme pregovaranja i pet koraka prodajne posete, kao i dve online sesije na temu Merchandisinga i RGM-a. Dodatno, prvi put smo organizovali specijalizovani trening pregovaranja *The Essential Negotiator* u saradnji sa GAP Partnership-om, ekskluzivno za tim od 12 kolega iz Bambija, dok su još dva zaposlena pohađala napredni trening *The Complete Skill Negotiator*. Aktivno smo učestvovali i u regionalnom BD Development programu koji sprovodimo u saradnji sa Coca-Cola HBC Srbija i Pivarom Skopje – troje kolega je uspešno završilo program, dok su nova dva učesnika u procesu od septembra 2024 godine.

Na nivou supervizora dodatno smo radili na temama Coaching-a, situacionog rukovođenja i razvoja kroz On the Job metodologiju (poznatu kao *Work With*). Ponosni smo na činjenicu da je svih 56 prodavaca (100%) dobilo *License To Sell* sertifikat, sa prosečnim rezultatom od 93%.

U okviru upravljanja talentima, već godinama uspešno sprovodimo programe ubrzanog razvoja kroz koje pripremamo kolege za preuzimanje složenijih i liderskih pozicija unutar organizacije. Ovaj model obuhvata intenzivne interne i eksterne treninge, Mini MBA, mentorstvo senior lidera i vođenje međusektorskih projekata. Selekcija se vrši kroz Talent Review proces, koji uključuje planiranje naslednika za važne pozicije, jasno definisane karijerne puteve i individualne razvojne planove. Nakon toga, odabrani pojedinci prolaze kroz unapređene programe za talente

fokusirane na ključne razvojne potrebe, usklađene sa rezultatima Talent Review procesa. Dodatno, kroz redovne Talent Stay razgovore podstiče se zadržavanje talenata u organizaciji. Tokom 2024. godine pomenute programe uspešno je završilo 37 zaposlenih obe kompanije. Kao rezultat učešća u programima, 11 kolega, iz Coca-Cola HBC Srbija, koji su program započeli u 2023. godini, tokom 2024. godine napredovalo je na nove pozicije.

Liderima nominovanim za rukovodioce funkcija namenjen je i program "Rezilijentno liderstvo" koji se sastoji od različitih aktivnosti, uključujući radionice, vebinare, e-knjige i druge resurse. Cilj programa je da unapredi dobrobit lidera, ojača njihove sposobnosti suočavanja sa izazovima i osnaži ih da efikasno vode timove kroz krizne situacije.

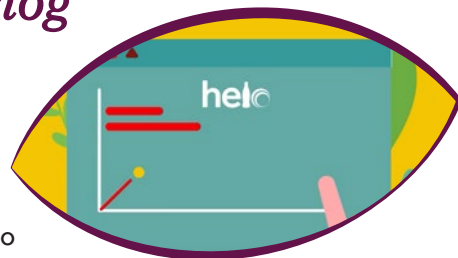
Transformacija digitalnog iskustva zaposlenih

Radno mesto budućnosti, danas

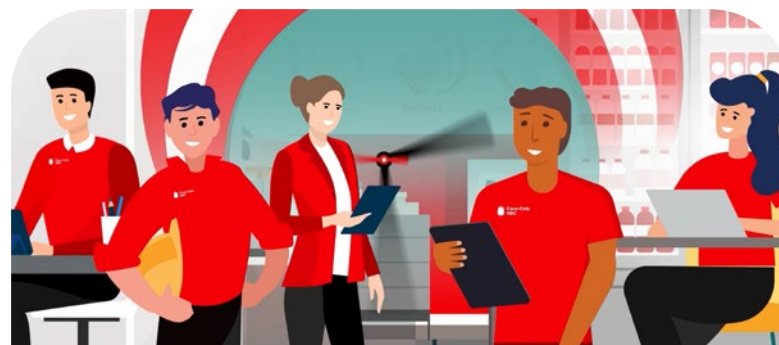
U 2024. godini, nastavili smo da gradimo radno okruženje koje je spremno za budućnost – agilno, povezano i inspirativno. Naš cilj nije samo digitalizacija procesa, već stvaranje radnog mesta koje osnažuje svakog zaposlenog, podstiče saradnju i gradi kulturu inovacije i uključivanja.

U tom duhu, predstavili smo dve ključne platforme koje menjaju način na koji radimo, komuniciramo i razvijamo se – Helo i Refresh.

- Helo, izgrađen na platformi Workday, donosi revoluciju u administraciji radne snage. Zaposlenima omogućava samostalno upravljanje sopstvenim podacima i procesima, a menadžerima moćne resurse za vođenje i podršku timovima. Zahvaljujući Helo platformi, oslobađamo dragoceno vreme, pojednostavljujemo svakodnevne zadatke i unapređujemo iskustvo rada za sve – efikasnije, brže i transparentnije.



- Refresh, baziran na Microsoft Viva i SharePoint tehnologijama, predstavlja novi standard u internom povezivanju. Kao centralizovana platforma za komunikaciju i resurse, ona objedinjuje nekada razdvojene intranet stranice na svim našim tržištima. Intuitivna i pristupačna, Refresh platforma omogućava svakom zaposlenom da ostane informisan, povezan sa kolegama i lako dođe do alata koji su mu potrebni – bilo kada i sa bilo kog uređaja.



Zašto ovo radimo?

Zato što verujemo u digitalna rešenja koja stavljaju ljude u centar – rešenja koja ne samo da poboljšavaju procese, već grade zajednicu, jačaju saradnju i omogućavaju pametniji, fleksibilniji i smisleniji rad. Verujemo da digitalna transformacija nije cilj, već sredstvo da se svaki zaposleni oseća osnaženo, uključeno i spremno da raste.

Kroz Helo i Refresh, ne samo da digitalizujemo radno mesto – mi ga humanizujemo. Kreiramo okruženje u kojem tehnologija radi za ljude, a ne obrnuto.

Coca-Cola HBC Srbija	Ukupan broj sati obuke	Prosečan broj sati obuke godišnje po zaposlenom
2024.	33.575,08	29,02

Coca-Cola HBC Srbija	Ukupan broj sati obuke prema polu		Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu	
	muškarci	žene	muškarci	žene
2024.	25.044,95	8.530,13	29,4	27,97

Bambi	Ukupan broj sati obuke	Prosečan broj sati obuke godišnje po zaposlenom
2024.	5030,37	7,5

Bambi	Ukupan broj sati obuke prema polu		Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu	
	muškarci	žene	muškarci	žene
2024.	3.029,30	2.001,07	11,22	5



O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZAJEDNICA

GRI INDEKS

Zaštita životne sredine



DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



Čista voda
i sanitarni uslovi



Dostupna
i obnovljiva energija



Industrija, inovacije
i infrastruktura



Održivi gradovi
i zajednice



Odgovorna
proizvodnja i potrošnja



Akcija
za klimu



Život
pod vodom



Život
na zemlji



Partnerstvom
do ciljeva

Ključne aktivnosti i rezultati u 2024. godini:

76,2% smanjenja emisija CO₂ direktno povezanih sa našim operacijama (2017-2024) u Coca-Cola HBC Srbija

55,01% manja potrošnja vode po litru proizvedenog pića (2007-2024) u Coca-Cola HBC Srbija

46,57% smanjenja emisija CO₂ direktno povezanih sa našim operacijama (2017-2024) u kompaniji Bambi

19,65% smanjenja ukupne potrošnje vode (2017-2024) u kompaniji Bambi

Ulaganje u efikasna rešenja i optimizaciju u proizvodnji

Uvođenjem nove, "SmartCan", linije za proizvodnju limenki, koristi se najsavremenija, energetska efikasna tehnologija i značajno unapređuje proizvodnja ove vrste pakovanja.

Temperatura punjenja pića je viša u odnosu na staru liniju – nema potrebe za dodatnim hlađenjem, što doprinosi značajnoj uštedi energije. Savremena tehnologija nove linije dovodi do uštede i u vodi i boljem iskorišćenju CO₂, dok činjenica da se sada svi formati proizvoda pune u punionici u Beogradu rezultira smanjenjem uticaja kroz transport. Dodatno, ušteda u plastici sa novim Keel Clip pakovanjem za 2024. je 1.775 kilograma plastike.

Pristup upravljanju

Naš pristup smanjenju uticaja na životnu sredinu podrazumeva stalno razmatranje mogućnosti za unapređenja u čitavom lancu vrednosti, i postavljanje merljivih ciljeva čije se ispunjenje redovno prati.

Kako je upravljanje uticajima na životnu sredinu sastavni deo našeg poslovanja, strategija i ciljevi zaštite životne sredine uključeni su u sve procese, uključujući poslovno planiranje i razvoj kompetencija naših zaposlenih. Uz to, kroz stalnu saradnju sa našim poslovnim partnerima i svim drugim zainteresovanim stranama, razvijamo inovacije i održiva rešenja.

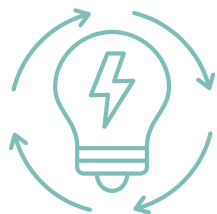
Ovakav sistemski način upravljanja zaštitom životne sredine definisan je u našoj Politici zaštite životne sredine Coca - Cole HBC dok je u kompaniji Bambi ovaj segment definisan u okviru Politike integrisanog sistema upravljanja i Misiji održivosti 2030, i potvrđen sertifikatom ISO 14001 koji poseduju i Coca-Cola HBC Srbija i Bambi.

Druge relevantne politike koje se odnose na ovu oblast su Politika o klimatskim promenama i Politika upravljanja vodnim resursima, dok se u Coca-Cola HBC Srbija primenjuje i Politika upravljanja ambalažnim otpadom.

Naše poslovanje u potpunosti je usklađeno sa važećim zakonima i propisima o zaštiti životne sredine. Interne i eksterne zainteresovane strane mogu podneti prigovore u vezi sa životnom sredinom putem zvaničnog mejla i telefona dostupnih na veb sajtu obe kompanije, a tokom 2024. na ovaj način nije upućen nijedan prigovor.

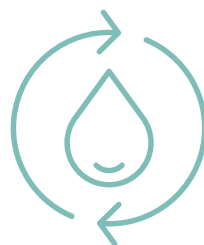


*U svim punionicama
Coca-Cola HBC prate se sledeći ekološki parametri*



Potrošnja energije

(u megadžulima po litri proizvedenog pića)



Potrošnja vode

(u litrima po litri proizvedenog pića)



Ukupno generisan otpad

(ukupno generisana količina otpada
u gramima po litri proizvedenog pića)



Recikliran otpad

(procenat recikliranog otpada u odnosu
na ukupno generisan otpad)

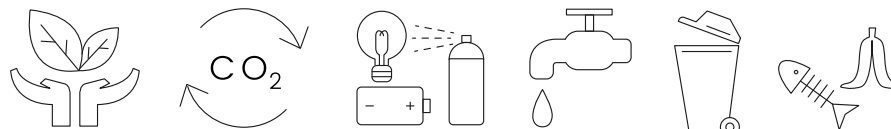


Otpad koji se odlaže na deponiju



CO₂ emisije

(u tonama)



Ovi parametri se prate na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou, i o njima se izveštava najviši menadžment u organizaciji, kao i Coca-Cola HBC Grupa. Važno je istaći da su u planiranje i računanje ekoloških parametara uključeni svi procesi u punionicama - administracija, proizvodnja i skladištenje. Takođe, proces praćenja ekoloških parametara sprovodi se i u našim distributivnim centrima.

Potrošnja vode

L/L proizvedenog pića

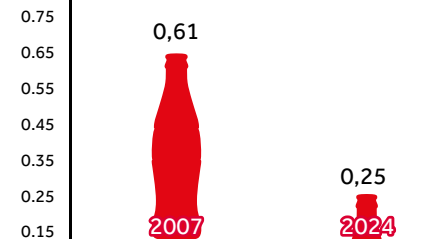
	Srbija	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Fresh
2007	3,22	2,42	1,47	n/a	12,10
2024	1,45	1,53	1,29	1,67	n/a
vs 2007 2024	-55,01%	-36,60%	-12,21 %	n/a	n/a



Potrošnja energije

MJ/ L proizvedenog pića

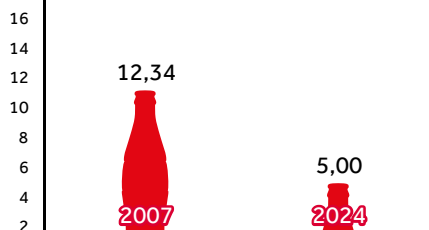
	Srbija	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Fresh
2007	0,61	0,51	0,22	n/a	2,02
2024	0,25	0,31	0,13	0,44	n/a
vs 2007 2024	-58,85%	-39,30%	-39,98%	n/a	n/a



Generisan otpad

g/ L proizvedenog pića

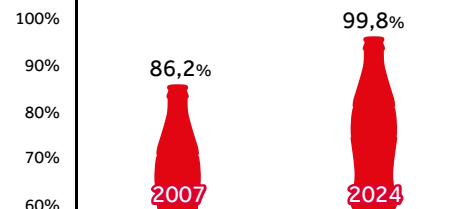
	Srbija	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Fresh
2007	12,34	12,27	0,76	n/a	31,24
2024	5,00	7,53	0,37	4,90	n/a
vs 2007 2024	-59,46%	-38,64%	-51,49%	n/a	n/a



Recikliran otpad

%

	Srbija	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Fresh
2007	86,2%	90,3%	73,5%	n/a	74,4%
2024	99,80%	99,90%	99,37%	96,00%	n/a
vs 2007 2024	15,8%	10,7%	35,18%	n/a	n/a



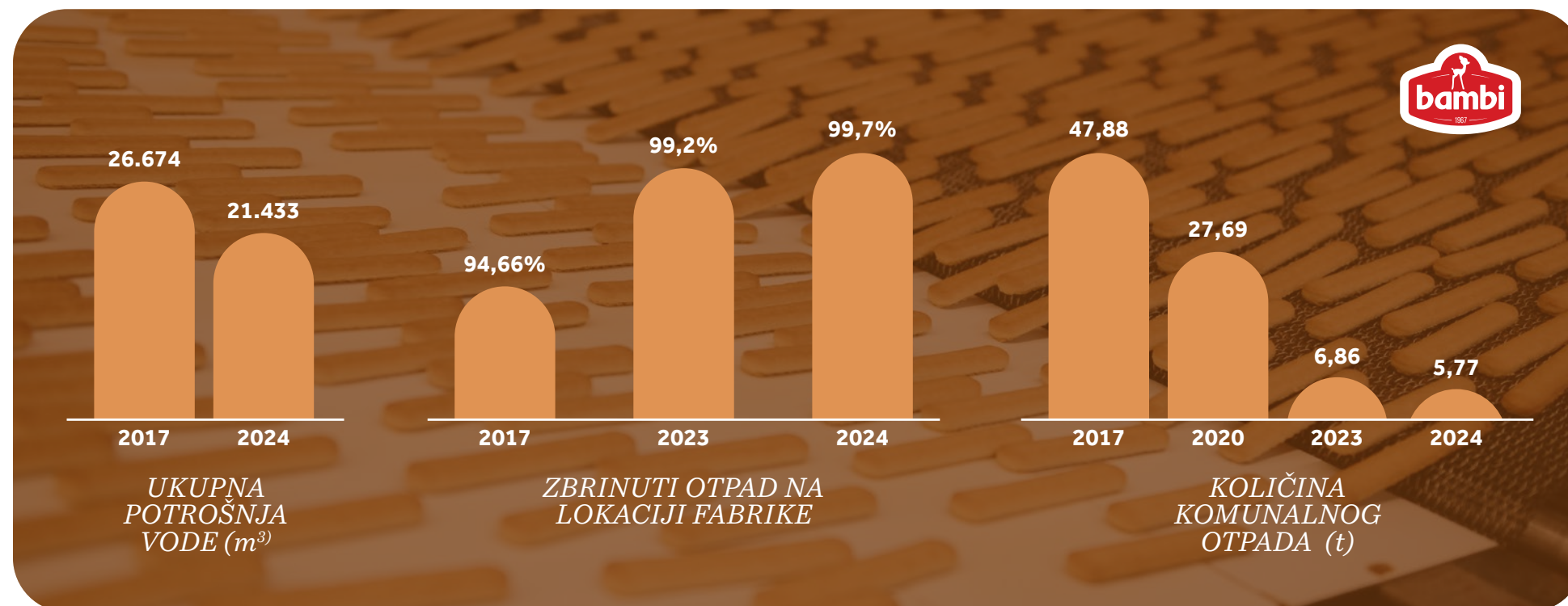
*Fresh je od 2015. godine deo punionice u Beogradu, dok je punionica Neresnica otvorena 2023. godine.

Kompanija Bambi prati sledeće parametre:

- 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)
- CO₂ emisije (tCO₂e)
- Udeo ambalažnog materijala koji može da se reciklira (%)

Kompanija na početku godine definiše ciljeve za smanjenje potrošnje prirodnih resursa. Praćenje ciljeva se obavlja na mesečnom nivou, polugodišnjem i godišnjem nivou. Proces praćenja CO₂ emisije se vrši i u eksternom (outsorce) procesu skladištenja i distribucije gotovih proizvoda (3PL partner). U računanje ekoloških parametara su, osim proizvodnje, uključeni i svi procesi u administraciji.



Klimatske promene i obnovljiva energija

Klimatske promene su jedan od najvažnijih globalnih izazova današnjice. S obzirom na naš poslovni model i lanac vrednosti, one predstavljaju i značajan izazov za dugoročnu održivost našeg poslovanja. Zato im pristupamo proaktivno – prilagođavamo svoju poslovnu strategiju i usmeravamo kapitalna ulaganja u skladu sa tim.

Mitigacija klimatskih promena

Coca-Cola HBC Grupa se obavezala da će do 2040. godine ([NetZeroby40](#)) svesti direktne emisije gasova sa efektom staklene bašte na apsolutni minimum, dok ćemo u saradnji sa dobavljačima partnerski raditi da se eliminiše 90% ugljeničnog otiska poreklom od trećih strana. 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. Do 2030. godine plan je da se emisije iz lanca vrednosti umanje za 25%, odnosno za dodatnih 50% u narednoj dekadi.

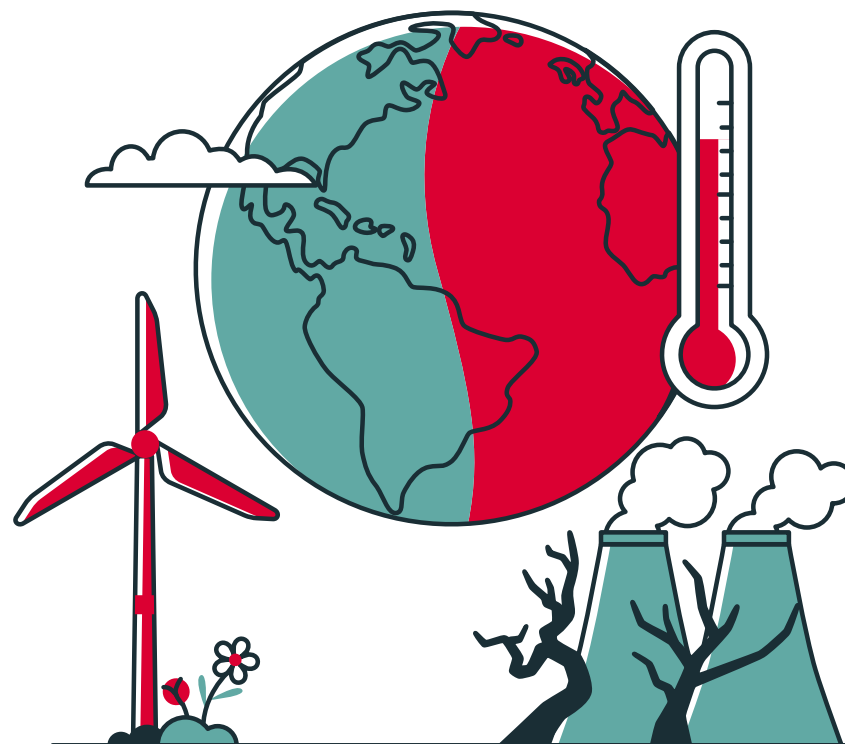
Na srednji i dugi rok, klimatske promene mogu uticati na porast cena sirovina usled promenljivih vremenskih uslova kojima su izloženi naši dobavljači, na troškove vezane za smanjenje emisije ugljen-dioksida, kao i na promene u regulatornom okviru. Prepoznate rizike razmatramo u kontekstu verovatnoće i značaja uticaja, vremenskog okvira, potencijalnih finansijskih implikacija, odnosno uvećanja operativnih i kapitalnih troškova, kao i opsega uticaja (direktni rizici koji utiču na naše operacije, ili indirektni koji utiču na dobavljače, kupce i zajednicu). Istovremeno, prepoznavamo i prilike za smanjenje naših uticaja i efikasnije postizanje usklađenosti, na primer kroz upotrebu novih tehnologija za smanjenje emisija štetnih gasova i unapređenje energetske efikasnosti.

Implementacijom Coca-Cola HBC Politike o klimatskim promenama, identifikujemo i sprovodimo mogućnosti za efikasniju upotrebu resursa, smanjenje zagađenja i minimizaciju količine upotrebene energije u rashladnim uređajima.

Do 2030. godine

-25% umanje emisija
iz lanca vrednosti

-50% dodatno umanje
u narednoj dekadi



Težimo smanjenju CO₂ emisija u celokupnom lancu vrednosti

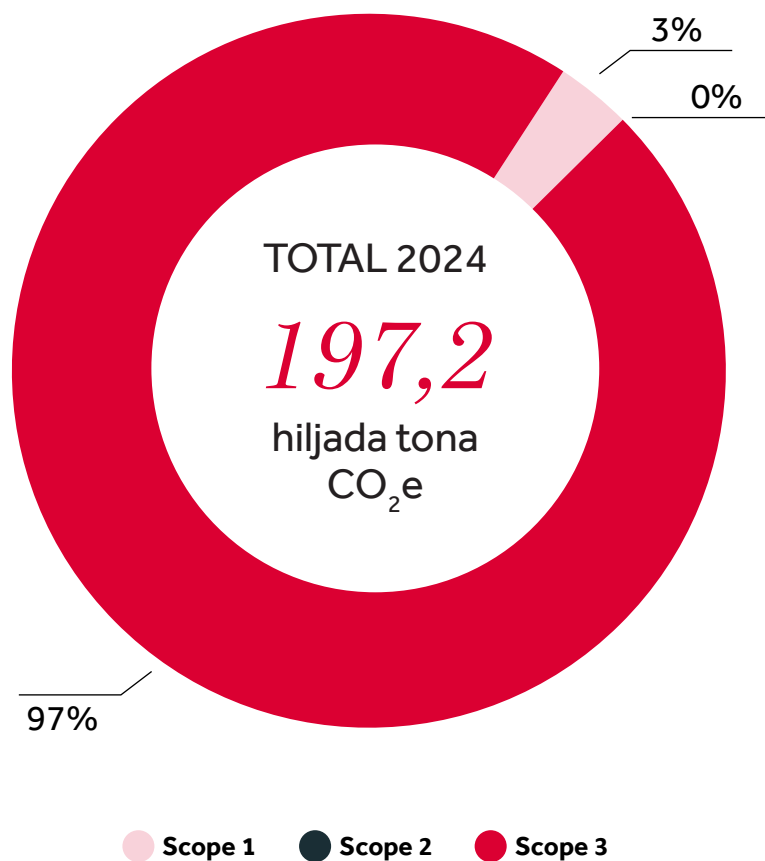
U Coca-Cola HBC Srbija težimo smanjenju emisija u čitavom lancu vrednosti, posebno imajući u vidu da se najveći deo emisija, gotovo 97%, generiše iz izvora koji nisu pod našom kontrolom, dok u direktnim emisijama najveći udeo imaju emisije iz voznog parka i punionica.

Do kraja 2024. godine, Coca-Cola HBC Srbija smanjila je emisije iz opsega 1 i 2 za 76,2%, a u sva tri opsega naše apsolutne emisije povećane su za 3,5% u poređenju sa 2017. godinom, usled povećanja obima proizvodnje.

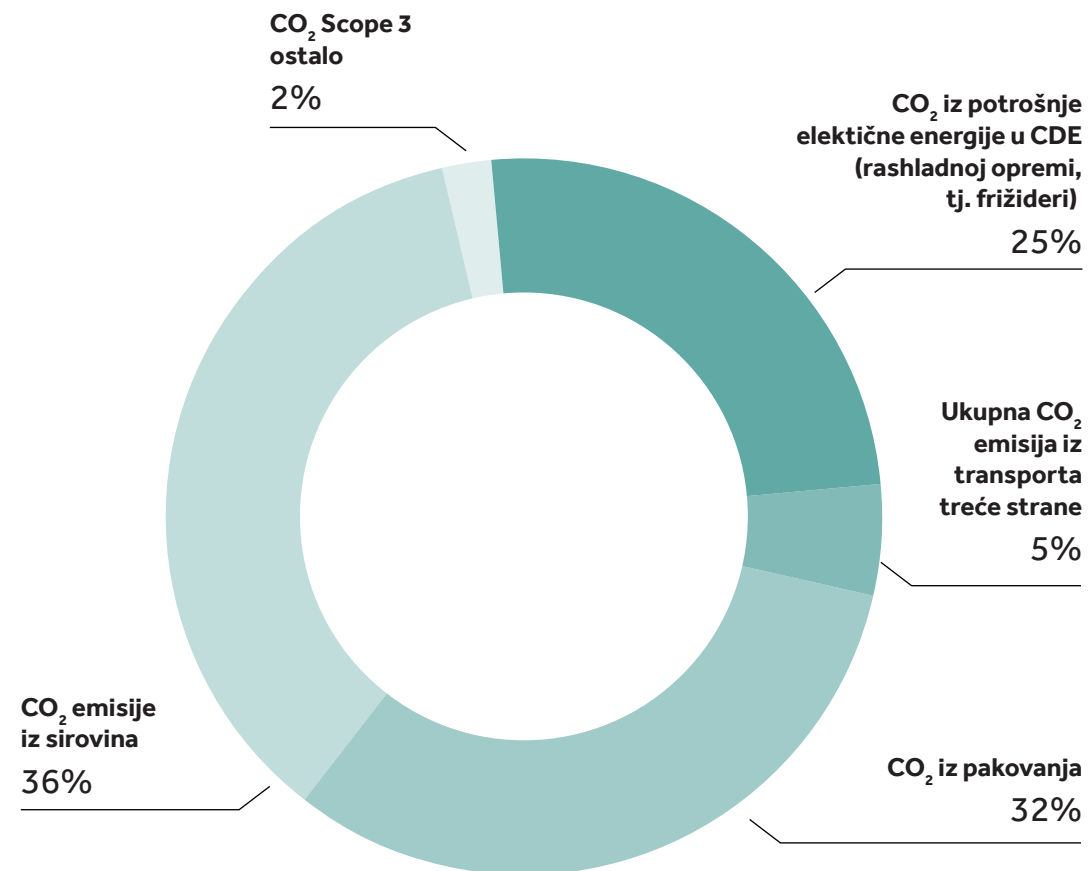
U punionici Vlasnika je tokom 2023. godine, kao deo NetZero strategije, implementiran i sertifikovan ISO 14064 standard koji potvrđuje i preciznost kalkulacije CO₂ emisije.

CCHBC Srbija 2024.	Jedinica	Opis	
675.895	000 litara	ukupna proizvodnja	Opseg 1
2.329,3	tona	CO ₂ iz punionica	
3.059,8	tona	CO ₂ iz voznog parka	
124,9	tona	rashladni medijum u CDE (rashladna oprema, tj. frižideri)	
1.018,6	tona	karbonizacija proizvoda (gubici)	
3,5	tona	CO ₂ iz potrošnje goriva DC (u distributivnim centrima)	
0,0	tona	CO ₂ iz kupljene el.energije	Opseg 2
213,2	tona	CO ₂ iz potrošnje el.energije DC (u distributivnim centrima)	
3.379,5	tona	CO ₂ u proizvodu	Opseg 3
48.497,1	tona	CO ₂ iz potrošnje električne energije u CDE (rashladna oprema, tj. frižideri)	
9.141,5	tona	ukupna CO ₂ emisija iz transporta treće strane	
54.434,9	tona	CO ₂ iz primarnog pakovanja	
6.694,0	tona	CO ₂ iz sekundarnog pakovanja	
8.674,8	tona	CO ₂ emisije iz voćnih koncentrata	
59.192,6	tona	CO ₂ iz šećera i zaslađivača	
6,3	tona	CO ₂ iz potrošnje goriva u iznajmljenim prostorijama	
379,0	tona	CO ₂ iz potrošnje goriva u iznajmljenim prostorijama	
197.149			Ukupno 1+2+3

Coca-Cola HBC Srbija, GHG emisije 2024.



Ukupne emisije



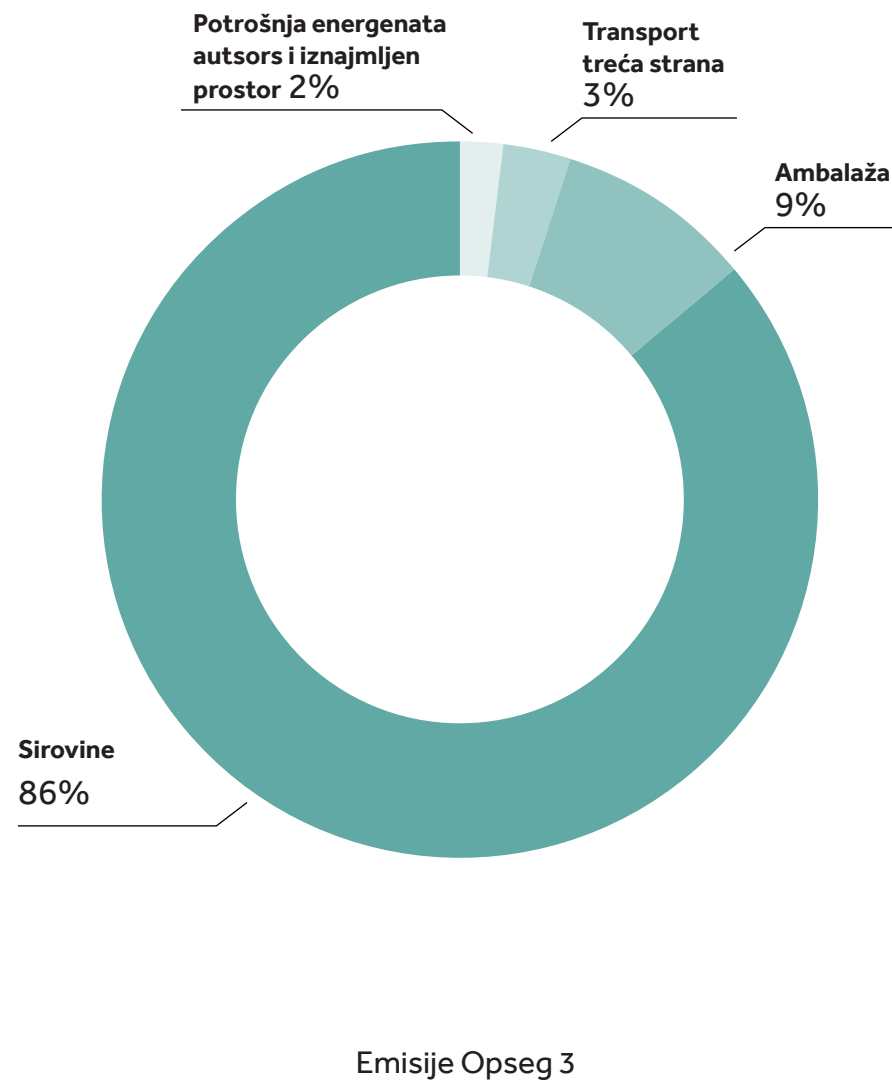
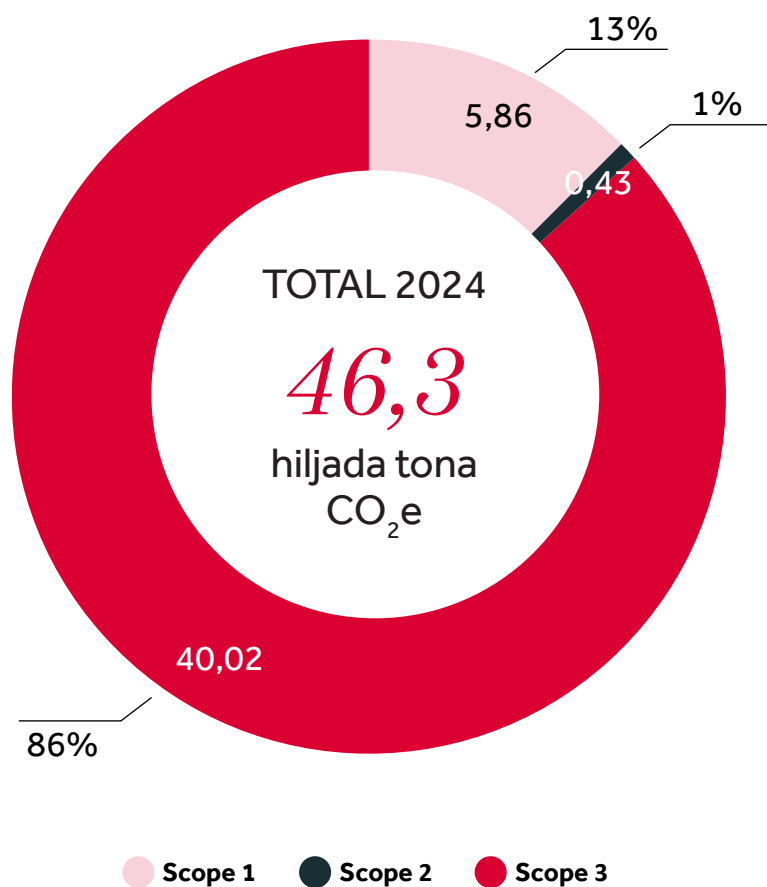
Emisije Opseg 3

Kompanija Bambi se svojim ciljevima održivosti do 2030. godine obavezala na smanjenje ukupne GHG emisije za 25%. Jedan od programa usmerenih na ostvarenje ovog cilja je upotreba 100% zelene energije na lokaciji fabrike. U odnosu na baznu 2017. godinu, u 2024. došlo je do smanjenja ukupnih GHG emisija za 26,94 % i 22,81 % u odnosu na 2023. godinu. Na smanjenje emisija uticao je prekid proizvodnje usled požara koji se dogodio u junu 2024. godine.

U direktnim emisijama kompanije Bambi (Scope 1+2) najveći udeo imaju emisije usled potrošnje prirodnog gasa. U indirektnim emisijama (Scope 3) najveći udeo imaju emisije usled proizvodnje sirovina, materijala za pakovanje i raznih vidova transporta. Više od 60% emisija koje potiču od sirovina, odnosi se na sastojke životinjskog porekla (mleka i mlečnih proizvoda), bez obzira što je njihov količinski udeo znatno niži od sastojaka biljnog porekla.

Bambi	Jedinica	Opis	
2.846	tona	CO ₂ iz potrošnje prirodnog gasa	Opseg 1
882	tona	CO ₂ iz voznog parka	
2.091	tona	CO ₂ iz upotrebe rashladnih medijuma	
42	tona	CO ₂ iz potrošnje goriva (ostalo)	
0	tona	CO ₂ iz kupljene el.energije	Opseg 2
80	tona	CO ₂ iz potrošene el.energije skladištenje	
353	tona	CO ₂ iz potrošnje toplovodne energije	
34.334	tona	CO ₂ iz sirovina	Opseg 3
3.648	tona	CO ₂ iz pakovanja	
1.127	tona	CO ₂ iz transporta treće strane	
297	tona	CO ₂ iz potrošene el.energije treće strane (outsource)	
201	tona	CO ₂ iz potrošene el.energije u iznajmljenim prostorima	
275	tona	CO ₂ iz potrošnje prirodnog gasa treće strane	
59	tona	CO ₂ iz upotrebe rashladnog medijuma u iznajmljenim prostorima	
30	tona	CO ₂ iz nastalog otpada	
4	tona	CO ₂ iz snabdevanja vodom	
3	tona	CO ₂ iz nastalih otpadnih voda	
46.317	tona		Ukupno 1+2+3

BAMBI GHG EMISIJA 2024.



Direktni uticaji

Ciljevima održivosti do 2025. godine Coca-Cola HBC Grupa obavezala se na smanjenje karbonskih emisija u direktnim operacijama za 30%, a na nivou Grupe na kraju 2024. godine ostvareno je smanjenje od 42%.

Uticaje našeg poslovanja smanjujemo pre svega kroz održivo korišćenje energije. Naš pristup podrazumeva unapređenje energetske efikasnosti, prelazak na čistije izvore energije i razvoj novih nisko karbonskih tehnologija. Coca-Cola HBC Grupa obavezala se da do 2025. godine koristi 50% ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora. Na kraju 2024. godine udeo obnovljivih i čistih izvora energije na nivou Grupe iznosio je 53%.

Najveća količina energije u poslovanju Coca-Cola HBC koristi se u sledećim segmentima poslovanja: punionicama, voznom parku i rashladnoj opremi.

Ukupna potrošnja energije u Coca-Cola HBC Srbija po litru proizvedenog pića u periodu od 2007. do 2024. godine smanjena je za 58,85%.



U 2024. sprovedene su brojne akcije, usmerene na smanjenje potrošnje energije:

- Nova proizvodna linija za limenke u punionici u Beogradu – očekivana ušteda 222 MWh električne energije godišnje; nova, "pametna" linija koristi najsavremeniju tehnologiju i značajno unapređuje proizvodnju ove vrste pakovanja. Savremeni blok za punjenje kombinuje napredni KHS punjač limenki i efikasnu Ferrum zatvaračicu. Ova velika inovacija potvrđuje vrhunski kvalitet i bezbednost proizvoda i ističe se fleksibilnošću, efikasnošću i jednostavnim upravljanjem.
- Novi, efikasniji ABC kompresor u punionici u Beogradu – očekivana ušteda 278 MWh električne energije godišnje. Ovaj kompresor se koristi za pravljenje vazduha visokog pritiska koji ima primenu na duvaljkama za boce.
- Uvezivanje solarnih kolektora i korišćenje izduvnog vazduha iz kompresora za grejanje sanitarne vode i HVAC sistema (grejanje, ventilacija i klimatizacija) pritiska u punionici Vlasinka – očekivana je ušteda od 90 MWh električne energije godišnje;
- Korišćenje otpadne toplote iz rashladnih tornjeva za grejanje u punionici Vlasinka – očekivana je ušteda od 136,78 MWh električne energije godišnje;
- Fotonaponski paneli u punionici Vlasinka – očekivana je ušteda od 176 MWh električne energije godišnje;
- Korišćenje frekventnih regulatora (VSD – promenljiva brzina pogona) za upravljanje električnim motorima u punionici Vlasinka u skladu sa potrebnim kapacitetim i brzinama – očekivana je ušteda od 0,4 MWh električne energije godišnje;
- Potencijalni gubici (near loss) – fokus zaposlenih na curenje vode i vazduha u sve tri punionice – očekivana je ušteda od 16 MWh električne energije godišnje
- Adijabatski hladnjak Ecodry za Husky mašinu u punionici u Beogradu – očekivana je ušteda od 41 MWh električne energije godišnje hladi vodu koja se koristi za hlađenje jedinice za doziranje rezina, sušenje rezina i hlađenje ulja u mašini za proizvodnju pretformi



U sve tri punionice Coca-Cola HBC Srbija (Beograd, Vlasnika, Neresnica) koristi se električna energija koja je 100% iz obnovljivih izvora.

Najveća količina energije u poslovanju Bambija koristi se u sledećim segmentima poslovanja: 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 koji je i dalje u toku.

Kompanija Bambi ne koristi obnovljive izvore energije, osim obnovljive energije iz hidroelektrana od ukupne količine struje koju kupuje.

Coca-Cola HBC Srbija Direktna potrošnja energije 2024.	jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Total Srbija
Električna energija	MWh	24.990,48	8.624,98	1.765,32	35.380,77
Lož-ulje (light fuel oil)	l	0,00	0,00	0,00	0,00
Prirodni gas	m3	1.225.777,00	0,00	65.754,45	1.291.531,45
Benzin	l	0,00	94,91	0,00	94,91
Dizel	l	175,63	665,05	0,00	840,68
Ukupna energija	GJ	130.280,13	31.079,17	8.585,31	169.944,61

Bambi Direktna potrošnja energije 2024.	jedinica	
Električna energija	kWh	7.117.168,10
Prirodni gas	kWh	15.812.710,00
Toplovodna	kWh	1.229.100,00
Ukupna energija	GJ	86.972,321

Putujemo ka „zelenom“
voznom parku

Potrošnja goriva, emisija gasova i pređena kilometraža prate se za sva vozila voznog parka Coca-Cola HBC Srbija, koji čine laka putnička vozila (ne uključujući teretna vozila, koji su u vlasništvu druge kompanije). Potrošnja goriva se prati i po svakom vozilu pojedinačno, kao i po zaposlenima kojima je dodeljen službeni automobil, a izveštaji tog praćenja se mesečno dostavljaju rukovodstvu. Mesečno šaljemo podatke Coca-Cola HBC Grupi za prosečnu potrošnju goriva, pređenu kilometražu, gde se preračunava i emisija ugljen-dioksida. Sa ciljem dodatnog smanjenja emisija CO₂, u Coca-Cola HBC Srbija, tokom 2024. godine zamenjeno je 66% voznog parka, vozilima nižeg karbonskog otiska, odnosno hibridnim i plug-in hibridnim vozilima. Za preostali deo voznog parka zamena je planirana za 2026. godinu.

I u kompaniji Bambi je tokom 2024. nastavljeno sa zamenom vozila sa pogonom na fosilna goriva (BMB i Diesel). Nabavljeno je 100 novih vozila sa pogonom na TNG (tečni naftni gas), 52 vozila na HeV i 4 vozila na pHeV pogon, te su na kraju 2024. godine, od ukupno 206 vozila, 200 bila „zelena“. Planovi su dalja nabavka novih vozila sa pogonom na alternativne vidove energije - hibridni pogon, poluhibridni pogon i električni pogon. Vozila na električni i poluhibridni pogon će moći da se pune električnom energijom dobijenom iz obnovljivih izvora energije. Potrošnja goriva se prati na mesečnom nivou, za svako vozilo, kao i za svakog korisnika službenih vozila. Na mesečnom nivou se takođe vrši kontrola pređene kilometraže, vrste kupljenog goriva, kao i prosečna potrošnja.

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

Coca-Cola HBC Srbija 2024. Potrošnja energije van kompanije *Fleet, kao transport van lanca snabdevanja			jedinica	
LPG	I	990.754		
Benzin	I	579.828		
Dizel	I	54.595		
Ukupna energija	GJ	46.641		

Bambi 2024. Potrošnja energije van kompanije *Fleet, kao transport van lanca snabdevanja			jedinica	
LPG	I	168.330,43		
Benzin	I	225.806,98		
Dizel	I	65.333,86		
Ukupna energija	GJ	13.509,46		

Indirektni uticaji

Značajan rast udela energetske efikasnosti frižidera

U prodaji svojih proizvoda, Coca-Cola HBC Srbija koristi rashladne uređaje i automate kao važne resurse preko kojih distribuira svoje proizvode, a koji se nalaze u prostorijama naših kupaca. Budući da rashladni uređaji za 2024. godinu čine 25,5% od emisija koje pripadaju Opseg 3 emisijama, a 24,5% od total emisija (Opseg 1+2+3), veliku pažnju posvećujemo unapređenju njihove energetske efikasnosti. Udeo energetske efikasnosti frižidera u Srbiji je u 2024. godini dostigao 69%, što predstavlja porast od 10,8% u odnosu na 2023.godinu.

Redovnom zamenom rashladnih uređaja energetske efikasnim modelima u 2024. ostvareno je smanjenje od 5.04kT CO₂ emisija, u odnosu na prethodnu 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 upotrebu alternativnih rashladnih gasova. Hloro-fluoro-karbonatne gasove (CFC) smo potpuno eliminisali iz upotrebe našim programom koji je podrazumevao pronalaženje i zamenu takve opreme i na tržištu.



Sirovine i upotrebljeni materijali

Kada je reč o uticajima kroz lanac nabavke, veliku pažnju posvećujemo povećanju udela sirovina iz recikliranih i održivih izvora.

Coca-Cola HBC Srbija Upotrebljeni materijali 2024.* jedinica		Beograd	Vlasinka	Neresnica	Total Srbija
Šećer	kg	15.162.438,40	nije primenjivo	nije primenjivo	15.162.438,40
Ostali zaslađivači (fruktoza)	kg	34.381.938,00	nije primenjivo	nije primenjivo	34.381.938,00
Koncentrati, kaše	kg	2.364.288,55	nije primenjivo	nije primenjivo	2.364.288,55
CO ₂	kg	4.178.063,89 100% iz recikliranih izvora	nije primenjivo	220.089,68 100% iz recikliranih izvora	4.398.153,57
Azot	kg	0	nije primenjivo	nije primenjivo	0
PET granulat	kg	9.592.827,44	4.473.151,51	364.145,73	14.430.124,68
Staklo (boce)	kg	6.647.254,10 41,25% iz recikliranih izvora	8.041.275,81 40,63% iz recikliranih izvora	3.553.124,10 55% iz recikliranih izvora	18.241.654,01
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	1.142.724,89 63,72% iz recikliranih izvora	55.131,27 32% iz recikliranih izvora	20.703,00 32% iz recikliranih izvora	1.218.559,16
Čelik (zatvarači)	kg	148.596,80 58% iz recikliranih izvora	0	0	148.596,80
Tetrapak	kg	525.852,54	nije primenjivo	nije primenjivo	525.852,54
Plastični zatvarači	kg	725.537,12	352.562,90	30.821,47	1.108.921,50
Plastične etikete	kg	149.171,07	121.121,84	13.513,46	283.806,37
Papirne etikete	kg	48.378,91	254,06	4,07	48.637,04
PE termo i streč folija	kg	1.555.877,35	852.865,00 0,66% iz recikliranih izvora	49.959,15	2.458.701,50
Karton	kg	1.194.475,94	716.584,78	321.043,02	2.232.103,74
Drvo (palette)	kg	54.832,00	0	0	54.832,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	77.872.257,00	14.612.947,18	4.573.403,68	97.058.607,86

*Svi materijali upotrebljeni u proizvodnji su direktni, odnosno prisutni u finalnom proizvodu i transportnom pakovanju.

Bambi



Bambi Upotrebljeni materijali 2024.	jedinica	
Žitarice i derivati	kg	14.379.057,00
Šećeri i zaslađivači	kg	4.710.422,00
Mleko i mlečni proizvodi	kg	1.729.835,00
Masti	kg	1.908.544,00
Sojini proizvodi	kg	1.087.958,00
Kakao i čokolada	kg	1.265.862,00
Aditivi	kg	406.001,00
Voće i povrće	kg	184.511,00
Arome	kg	18.318,00
Vitamini, emulgatori, enzimi	kg	51.212,00
Začini	kg	1.444,00
Štampane kutije od hromokartona *	kg	1.804.414,00
Štampane kutije od celuloznog kartona	kg	314.816,00
Kutije od valovite lepenke (TK)*	kg	1.364.452,00
Folije	kg	386.417,00
Čančići	kg	164.592,00
Samolepljive etikete/etikete/nalepnice	kg	14.056,00
Kese*	kg	18.797,00
Trake i vezice	kg	35,00
Palete *	kg	380.275,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	30.191.018,00

* upotrebljeni reciklirani materijali

Ostale emisije

Coca-Cola HBC Srbija tokom 2024. nije zabeležila emisije gasova koji oštećuju ozonski omotač, a kada je reč o drugim značajnim emisijama u vazduh, one se generišu iz punionice u Beogradu i Neresnici, dok Vlasinka ne koristi druge vrste energije osim električne i nema emisije.

Coca-Cola HBC Srbija 2024.

NO_x, SO_x i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini*

	jedinica	Beograd	Vlasinka**	Neresnica	Total Srbija
NO _x	Kg/god.	4.730,53	0	1.267	5.997,81
SO _x	Kg/god.	265,30	0	101	366,48
CO	Kg/god.	323,19	0	92	415,02

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

** Punionica Vlasinka koristi samo električnu energiju i nema emisije ovih supstanci u vazduh

Bambi 2024.

NO_x, SO_x i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini*

	jedinica	
NO _x	Kg/god.	1.300,75
SO _x	Kg/god.	1.378,47

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

Bambi 2024.

Tip freona	Količina kg
R-22	7,9
R-134A	-
R-404A	105
R-407C	583
R-410	302
Ukupno	997,9

Bambi je prelaskom sa TNG-a na prirodni gas smanjio emisije azotnih oksida. Operateri održavanja redovno vrše podešavanje gorionika na pećima za pečenja keksova i na taj način kontrolišu parametre emisija. Merenje emisija zagađujućih materija vrši se dva puta godišnje od strane ovlašćene laboratorije. Investicijama u novu proizvodnu tehnološku opremu, novije tehnologije, postignuto je smanjenje emitovanja emisija.

Freon R-22 se više ne koristi kao rashladni fluid u proizvodnim pogonima. Takođe, u 2024. je otpočela i postepena zamena klima uređaja u administrativnim prostorijama, sa ciljem potpunog eliminisanja freona R-22, tj. smanjenja emisija koje oštećuju ozonski omotač. Do sada je ugrađeno 45 novih klima uređaja.

Ambalaža i upravljanje otpadom

Nova vrednost i “život” za svako pakovanje

Ambalaža predstavlja jedan od najvažnijih činilaca u održavanju vrhunskog kvaliteta i bezbednosti naših proizvoda, a imajući u vidu količine ambalaže koju koristimo, taj aspekt našeg poslovanja ima značajne uticaje na životnu sredinu. Nastojimo stoga da umanjimo uticaje ambalaže u svakoj od faza životnog ciklusa – izradi, recikliranju i odlaganju, istovremeno unapređujući i njenu osnovnu funkciju - obezbeđivanje kvaliteta samog proizvoda u lancu isporuke do krajnjeg potrošača.



Najvažnije akcije koje sprovodimo sa ciljem smanjenja ukupnog otpada, kao i smanjenja ambalažnog otpada na tržištu, koje istovremeno doprinose i smanjenju karbonskog otiska naše kompanije, jesu akcije olakšavanja i optimizacije ambalaže.

Kontinuirano radimo na razvoju pakovanja koja imaju manju težinu i smanjuju količinu otpada, kao i na povećanju sadržaja recikliranog i obnovljivog materijala u sastavu nove ambalaže. U 2023. godini uveli smo pričvršćene zatvarače na celokupan portfolio, sa ciljem veće stope prikupljanja celokupnog pakovanja (fлаše i zatvarača), 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.



Dodatno, uvođenjem KeelClip pakovanja u 2024. godini, uštedeli smo 1.775 kilograma plastike.

Podržavamo unapređenje sistema upravljanja ambalažom i ambalažnim otpadom, edukaciju i promovisanje reciklaže

Pored inicijativa u sopstvenim operacijama, posvećeni smo i saradnji sa partnerima na unapređenju sistema za odgovorno upravljanje ambalažnim otpadom. Posebno nam je važna dostupnost infrastrukture za recikliranje u Srbiji, kao i edukacija i promocija recikliranja ambalaže kod potrošača, u saradnji sa partnerskim organizacijama.

Naše dve kompanije su među osnivačima prvog operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u Srbiji - kompanije Sekopak. 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, kroz partnerstvo sa Sekopakom. Dodatno, 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, uključujući Direktivu 94/62/EZ o ambalaži i ambalažnom otpadu, ali i nedavno usvojenu Uredbu 2025/40 o ambalaži i ambalažnom otpadu, koja donosi set novina. Evropski propisi postavljaju obavezu ponovnog korišćenja i reciklaže pred sve subjekte u lancu do krajnjeg korisnika - proizvođače, pakere/punioce, uvoznike, distributere i maloprodaju, ali od skoro donose i novine koje imaju za cilj da unaprede održivost i ciljeve cirkularne ekonomije, fokusirajući se na smanjenje otpada i unapređenje reciklaže. i Aktivno sarađujemo sa partnerima iz države i industrije, kako bismo pomogli u uspostavljanju depozitnog sistema za upravljanje ambalažnim otpadom (DRS). Zajedno sa partnerima iz industrije, okupljeni u Asocijaciji proizvođača pića, u 2024. godini smo izradili i predstavili studiju modela za DRS u Srbiji. Predloženi model prilagođen je lokalnim uslovima u Republici Srbiji i istovremeno zasnovan na principima depozita koji su usaglašeni na nivou evropskih udruženja (UNESDA, NMWE), i primenjeni u praksi većine evropskih država koje već poseduju DRS. Zalažemo se za što skorije donošenje zakonodavnog okvira, kroz javno-privatni dijalog, kojim bi u Republici Srbiji, uz odgovarajući period prilagođavanja, bio uspostavljen depozitni sistem za ambalažu od pića.

Osnovni principi depozitnog sistema za koji se zalaže Asocijacija 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, PET boce i limenke;
- 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 nastavlja da se primenjuje.



*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 prodana 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 dati su po materijalima, jer nije izvodljivo to uraditi po proizvodima.

Coca-Cola HBC Srbija 2024.			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		2.588,05	99,80%	2.582,87
	Plastika	t		17.777,01	44,21%	7.859,22
	Staklo	t		12.042,66	50,05%	6.027,35
	Metal	t		2.210,12	50,23%	1.110,14
	Drvo	t		2.099,42	65,55%	1.376,17
	Total					18.955,76

Bambi 2024.			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		2.147,98	99,84%	2.144,44
	Plastika	t		329,92	44,41%	146,5
	Staklo	t		0	50,19%	0
	Metal	t		1,61	46,89%	0,75
	Drvo	t		83,81	65,56%	54,95
	Total					2.346,64

*Konzern Bambi izveštava operatera Sekopak na mesečnom nivou o količinama plasirane ambalaže na tržište RS. Bambi koristi aplikaciju pomoću koje je moguće vršiti direktno preuzimanje podataka o ambalaži, a na osnovu normativa i neto mase.

Otpad koji nastaje u proizvodnji

Na svim lokacijama poslovanja ispunjavamo 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.

Šampion reciklaže – korak bliže ka fabrici bez otpada

Coca-Cola HBC Srbija 2024.	jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Total Srbija
Ukupna težina otpada*					
Neopasan otpad	t	3.191,78	85,72	95,56	3.373,07
Opasan otpad	t	9,04	0,00	0,00	9,04
Ukupan otpad	t	3.200,82	85,72	95,56	3,382.11
Reciklirano**	t	3.198,80	85,18	92,16	3.376,14
Odloženo na deponiju	t	2,02	0,54	3,40	5,96

*Za sve lokacije iznosi su dobijeni merenjem

** Neopasan+opasan otpad

***Tokom 2024. godine nije bilo značajnih izlivanja

Kako bismo reciklirali ili na drugi način preradili 100% otpada koji nastaje u našim punionicama i time **u potpunosti prestali da odlažemo otpad na deponije**, pokrenuli smo projekat „**Fabrika 0 otpada**“.

U okviru ovog projekta postavljene su **nove kante za pravilno razvrstavanje otpada**, a paralelno smo sproveli i internu edukativnu kampanju „**Šampion reciklaže**“. Cilj kampanje bio je da osnažimo naše zaposlene da otpad koji

generišu na svojim radnim mestima pravilno razvrstaju i odlažu, u skladu sa njegovim sastavom – kako bi što više materijala moglo da se reciklira i ponovo upotrebi.

Zajedno gradimo radno okruženje u kojem nijedan komad otpada ne završava bez svrhe – jer verujemo da je **odgovorno upravljanje otpadom ključna karika u lancu održivosti**.

Gde su naše kante?



Kompanija Bambi postavila je dostizanje cilja nula otpada na deponije do 2030. godine. Postizanje ovog cilja podrazumeva infrastrukturna ulaganja i stalnu edukaciju zaposlenih o upravljanju otpadom.

Bambi upravlja svim vrstama otpada na osnovu klasifikacije i karakterizacije. 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.

Bambi je u 2024. godini na lokaciji fabrike generisao ukupno 1.990,94t otpada. Obavezu preuzimanja ambalažnog otpada sa lokacije, kompanija vrši u saradnji sa operaterom za ambalažni otpad.

Bambi je u 2024. godini, u odnosu na 2017. godinu, smanjio količinu komunalnog otpada za 87,95 %, a u odnosu na 2023. godinu, za 15,9%. Time je povećano zbrinjavanje celokupnog otpada na lokaciji fabrike na 99,7%.

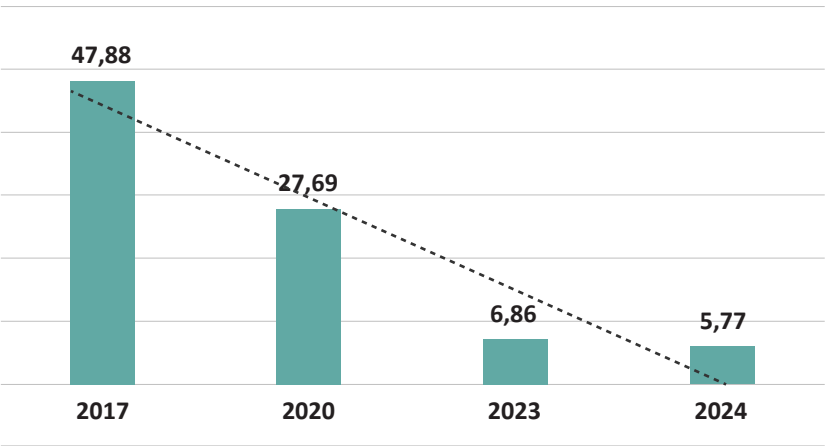
Bambi
2024.

jedinica

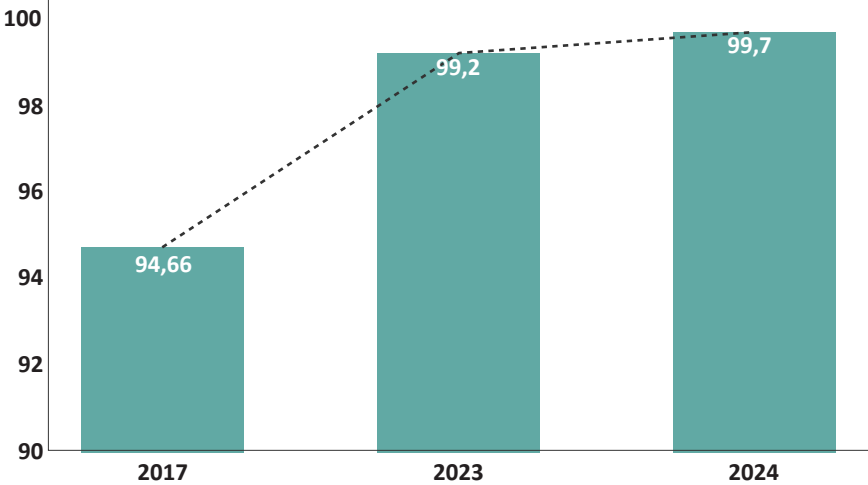
Ukupna težina otpada

Neopasan otpad	t	1.976,28
Opasan otpad	t	14,66
Ukupan otpad	t	1.990,94
Reciklirano	t	1.985,17
Odloženo na deponiju	t	5,77

KOLIČINA KOMUNALNOG OTPADA (T)



ZBRINUTI OTPAD NA LOKACIJI OTPADA %



Kompanija Bambi

Vrsta otpada (insite)	Vrsta otpada (offsite)	Tretman	Kategorija	Količina insite (t)	Količina offsite u RS (t)	Ukupno
Otpadni papir/karton	Papir/karton	Reciklaža	neopasan	720,37	2.147,98	2.868,35
Otpadni PE (streč folija)		Reciklaža	neopasan	11,05		11,05
Otpadna HDPE plastika		Reciklaža	neopasan	15,43		15,43
Otpadne palete		Reciklaža	neopasan	65,00	83,81	148,81
Nameštaj		Reciklaža	neopasan	13,54		13,54
Testani otpad (reciklaža)		Reciklaža	neopasan	75,76		75,76
Metalni otpad (reciklaža)		Reciklaža	neopasan	72,84	1,61	74,45
Mešana ambalaža (plastična)	Mešana ambalaža (plastična)	Spaljivanje	neopasan	125,96	329,92	455,88
Konditorski proizvodi sa isteklim rokom		Spaljivanje	neopasan	161,68		161,68
Konditorski proizvodi sa isteklim rokom		Digestija	neopasan	257,28		257,28
Sadržaj iz separatora masti i ulja		Kompostiranje	neopasan	101,84		101,84
Opasan otpad		Reciklaža	opasan	14,66		14,66
Sirovine iz požara		Reciklaža	neopasan	349,76		349,76
Komunalni otpad (odlaganje)		Odlaganje	neopasan	5,77		5,77
				1.990,94	2.563,32	4.554,26

Odgovorno čuvamo naš najdragoceniji resurs

Voda je primarni sastojak proizvoda kompanije Coca-Cola HBC Srbija, ključna za naš proizvodni proces i neophodna za uzgoj poljoprivrednih sastojaka koje koristimo. Osiguravanje vode dobrog kvaliteta u dovoljnim količinama, kao i pristup čistoj vodi i sanitarnim uslovima su od suštinskog značaja za zdravlje ljudi i ekosistema i od vitalnog su značaja za održavanje zajednica i podršku ekonomskom rastu.

Nasuprot tome, klimatske promene i prekomerna potrošnja vode mogu imati dubok uticaj na dostupnost vode. Zajedno sa lokalnim zajednicama, nacionalnim i lokalnim regulatornim telima, kao i međunarodnim organizacijama, naša industrija ima ključnu ulogu u pronalaženju rešenja za održivo upravljanje vodnim resursima.

Stoga, naša Politika upravljanja vodnim resursima podržava stvaranje pozitivnog uticaja na društvo i zajednice kroz:

- Kontinuirano smanjivanje količine vode koju koristimo
- Osiguravanje da se naše otpadne vode u potpunosti prečiste do nivoa koji održava život u vodi
- Ulaganja u obrazovne, volonterske i projekte u zajednici
- Procenjivanje buduće dostupnosti vode u relevantnim slivnim područjima i eliminisanje ili ublažavanje ekoloških i društvenih rizika povezanih sa našom upotrebom vode
- Obezbeđivanje kontinuiranog pristupa svežoj vodi za piće za lokalne zajednice
- Rad sa dobavljačima na razumevanju vodenog otiska naših poljoprivrednih sastojaka i drugih sirovina, kao i promovisanje i pomoć u implementaciji efikasnih rešenja za upravljanje vodom kao resursom
- Angažovanje sa zajednicama i drugim zainteresovanim stranama na podizanju svesti o merama zaštite vodnih resursa
- Uspostavljanje partnerstava za upravljanje vodnim resursima sa lokalnim i međunarodnim organizacijama, kao i sa drugim kompanijama u okviru naše industrije
- Razmenu nekonkurentskih praksi upravljanja vodnim resursima i promovisanje stalne revizije i razvoja standarda i politika u oblasti upravljanja vodnim resursima
- Sveobuhvatno i transparentno izveštavanje o našim aktivnostima i napretku

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.

Na prvi put organizovanom konkursu “ESG lideri”, osvojili smo nagradu za očuvanje vodnih resursa.

Na prvom konkursu „ESG Lideri“ koji je kompanija PwC organizovala u Srbiji 2024. godine, dodeljene su nagrade kompanijama i organizacijama koje su pokazale posvećenost primeni ESG principa i praksi. Nagrade su dodeljene u četiri osnovne kategorije i 13 potkategorija, uključujući oblasti kao što su strategija, inovacije, obrazovni programi i liderstvo u održivom razvoju. Naša kompanija, Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora, dobila je priznanje u potkategoriji „Očuvanje vodnih resursa“, čime je još jednom potvrđena naša posvećenost održivom upravljanju vodama i zaštiti životne sredine.





ALLIANCE FOR WATER STEWARDSHIP

Punionice Beograd i Vlasinka, od 2021. godine sertifikovane su prema standardu Alijanse za upravljanje vodnim resursima – AWS. Ovaj standard nalaže kompanijama da prođu kroz pet koraka – prikupljanje informacija za razumevanje vodnih resursa, razvoj planova za upravljanje vodnim resursima i implementacija, procena ispunjenja planova, komunikacija i javno objavljivanje. Obe naše punionice, u Beogradu i Vlasini, su prošle kroz ovaj proces, što nas čini prvim nosiocima AWS sertifikata u Srbiji. AWS sertifikacija poseban akcenat stavlja na uključivanje zainteresovanih strana, koje i tokom procesa sertifikacije mogu uputiti pitanja i komentare akreditovanom AWS revizoru.

Kao primer dobre prakse, imali smo priliku da tokom posete učesnika inicijative “Upoznajte ESG šampione”, koju je organizovala Američka privredna komora (AmCham), na Vlasini predstavimo AWS standard, njegove ključne zahteve, kao i naš pristup održivom upravljanju vodnim resursima i očuvanju biodiverziteta. Na taj način, želimo da inspirišemo i podržimo ostale zainteresovane strane u jačanju svojih aktivnosti i napora u oblasti odgovornog upravljanja vodnim resursima.

*Još jedan sertifikat za sve tri punionice
Coca-Cola HBC Srbija - sertifikovane prema
ISO 46001 standardu za upravljanje vodom*

Tokom 2024. godine, sve tri punionice Coca-Cola HBC Srbija uspešno su sertifikovane prema međunarodnom standardu **ISO 46001**, koji se odnosi na sistem upravljanja efikasnošću korišćenja vode. Ovaj standard obuhvata celokupan proces – od izvora vode, preko potrošnje i tretmana, do odlaganja – uključujući monitoring, merenje, izveštavanje, nabavku opreme, dizajn sistema i obuku zaposlenih.

ISO 46001 sertifikat potvrđuje da su naše fabrike visoko usklađene sa zahtevima u oblasti identifikacije i ublažavanja rizika povezanih sa nestašicom vode, prekidima u snabdevanju i troškovima, čime dodatno osiguravamo otpornost i održivost našeg poslovanja.



Kada je reč o razumevanju rizika u vezi sa vodama, 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 bise osigurala njihova održivost. Ni jedna od punionica Coca Cola HBC Srbija ne pripada područjima pogođenim znatnim crpljenjem vode, a takođe nijedan izvor vode koji koristimo nije pogođen crpljenjem vode naše kompanije. Ciljevi koji se odnose na potrošnju vode se postavljaju na početku svake godine u skladu sa projektima i programima vezanim za uštedu vode.

U Coca-Cola HBC Srbija, zahvaljujući sprovedenim inicijativama,

potrošnja vode po litri proizvedenog pića je u periodu od 2007. do 2024. godine smanjena za -55,01%.



U punionici u Beogradu se većim delom koristi bunarska voda, a potom ukoliko je potrebno koristi se i voda iz gradskog vodovoda. Potom, voda u okviru fabrike 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. U punionici u Neresnici, voda se takodje crpi iz prirodnih izvora, prolazi kroz proces proizvodnje, i završava na tretmanu otpadnih voda pre nego što se ulije u reku Pek.

Projekat Restoriver

Grad Sombor je početkom 2024. godine započeo aktivnosti na realizaciji projekta "Obnova urbanih i periurbanih rečnih obala", pod nazivom Restoriver. Trajanje projekta, koji se realizuje u okviru Intereg Transnacionalnog Dunavskog programa je 30 meseci, odnosno do 30.06.2026. godine.

Glavni cilj projekta Restoriver je odgovor na izazove klimatskih promena i rezultata ljudskih intervencija u prirodi i prirodnom okruženju. Radovima na lokacijama duž sliva Dunava utiče se na potencijalno smanjenje rizika od suša, poplava i toplotnih talasa.

Na teritoriji grada nalazi se jedna od šest tzv. pilot lokacija na kojima će se vršiti istraživanja i radovi u sklopu projekta. U pitanju je rukavac Dunava – Dondo, koji se nalazi u rezervatu prirode Gornje Podunavlje. Na lokaciji rukavca Dondo biće vršena geodetska i druga snimanja, kao i radovi na izmuljavanju tačke početka i toka rukavca. Cilj je da se dostigne 150 dana ulivanja vode iz Dunava u rukavac godišnje, što će povoljno uticati na biodiverzitet rukavca.

Coca-Cola sistem u Srbiji zajedno sa WWF-om podržava ovaj projekat, uz saradnju sa lokalnim partnerima. Jedan od tri ključna principa u okviru strategije upravljanja vodnim resursima u okviru Coca-Cola sistema je i ulaganje u projekte očuvanja vode u zajednici i promovisanje svesti o značaju odgovornog upravljanja vodnim resursima, a podrška projektu Restoriver je stoga prirodno opredeljenje Coca-Cola sistema.



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

2024. Coca-Cola HBC Srbija Potrošnja vode – punionice*					
	jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Total Srbija
Podzemna voda – sveža voda	1000 l	586.542	299.269	32.618	918.429
Voda iz gradskog vodovoda – sveža voda	1000 l	64.738	0	0	64.738
Total	1000 l	651.280 utrošena=crpljena	299.269	32.618	983.167
Ukupno crpljena voda*	1000 l	651.280 utrošena+projekti=crpljena	437.571	35.078	1.123.929

* Količina vode merena protokometrom

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

* Razlika između ukupne količine utrošene vode i ukupno crpljene vode predstavlja čistu neiskorišćenu vodu, koju zatim koristi lokalna zajednica

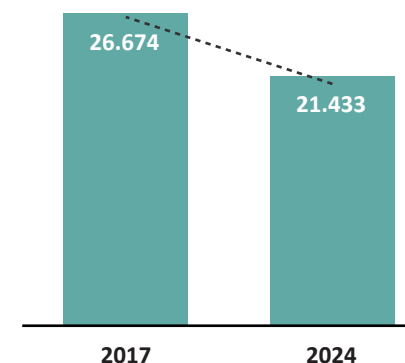
2024. Coca-Cola HBC Srbija Procenat i ukupna zapremina reciklirane i ponovo upotrebljene vode					
	jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Total Srbija
Ponovno upotrebljena voda	m ³	24.942	3.082	0	28.024
	%	4%	1%	0	3%

Kompanija Bambi ne nalazi se na području pogođenom znatnim crpljenjem vode, a takođe ni jedan izvor vode koji koristi nije pogođen crpljenjem vode kompanije. Realizacijom projekta automatskog očitavanja potrošnje vode u novembru 2023. unapređeno je upravljanje vodnim resursom. Potrošnja vode se prati na dnevnom nivou putem aplikacije, po potrošačima, i omogućava alarmiranje u slučaju povećane potrošnje. Takođe, formirana je i aplikacija Water loss, koja omogućava zaposlenima u proizvodnji da vrše prijavu svih uočenih gubitaka vode i kvarova u sistemu, promovišući ideju održivog korišćenja prirodnih resursa.



U odnosu na baznu 2017. godinu, ostvareno je smanjenje ukupne potrošnje vode za **19,65%**, a u odnosu na 2023. godinu za **26,64%**.

UKUPNA POTROŠNJA VODE (m3)

**2024.****Bambi**

Potrošnja vode

jedinica

Bunarska voda *

m³

2.170

Voda iz gradskog vodovoda

m³

19.263

Ukupno utrošena voda**

m³

21.433

*Bunarska voda se koristi za tehničke svrhe

**Način merenja: vodomeri

Tretman otpadnih voda

Sve tri punionice Coca-Cola HBC u Srbiji imaju sopstvena postrojenja za tretman otpadnih voda kroz koji prolaze otpadne vode pre ispuštanja u prirodni recipijent. U otpadnim vodama nemamo prioritete supstance. Analiza i praćenje prioriteta supstanci, što je i jedan od zahteva EWS standarda, se vrši prema direktivi EU za prioriteta supstance Directive 2013/39/EU. Kvalitet otpadnih voda redovno kontrolišu, interno i eksterno, akreditovane laboratorije. Sva tehnološka voda koja se ispušta prolazi kroz sve nivoe prečišćavanja u okviru tretmana otpadnih voda, pa prema tome ne delimo količine ispuštene vode prema nivou tretiranja. Parametri koji se prate, prema našoj zakonskoj regulativi, kao i prema zahtevima TCCC standarda (The Coca Cola Company KORE), su u granicama maksimalno dozvoljenih vrednosti. Sve akcije koje se definišu za smanjenje potrošnje vode utiču i na smanjenje količine otpadnih voda, pri čemu se prate trendovi smanjenja količine otpadnih voda.



Obrađena voda koja se vraća u okruženje bezbedna je za biljni i životinjski svet u recipijentu u koji se ispušta. Atmosferske vode (kišnica) ne prolaze kroz tretman za preradu tehnoloških otpadnih voda, već prolaze kroz uljni separator pre ispuštanja u kolektor/recipijent. Količine ovih otpadnih voda se ne mere.

U kompaniji Bambi ispuštanje otpadnih voda vrši se u kanizacioni sistem u okviru industrijske zone. Pre upuštanja, tehnološke vode se prečišćavaju putem sistema koga čini osam separatora. Bambi nema prioriteta supstanci u otpadnim vodama. Kvalitet otpadnih voda kontrolišu se kvartalno od strane akreditovane laboratorije. Kvalitet otpadnih voda je u skladu sa graničnim vrednostima definisanih državnim i lokalnim propisima. Navedena ispuštanja otpadnih voda od strane kompanije nemaju negativnih uticaja po prirodna staništa.

2024.

Coca-Cola HBC Srbija

Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu *

	jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Total Srbija
Ukupna ispuštena voda-sveža voda**	m3	306.224	50.870	12.915	370.009
Ukupna ispuštena voda- ostala voda***	m3	0	0	0	0
Odredište		Reka Dunav	Toplodolska reka	Reka Pek	
COD nakon tretmana	mg/l	16,50	14,75	17,00	

*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.

2024.

Bambi

Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu *

	jedinica	
Ukupna ispuštena voda	m3	15.003,10
Odredište		Brežanski kanal

*Podaci o količini ispuštene vode dobijeni proračunom



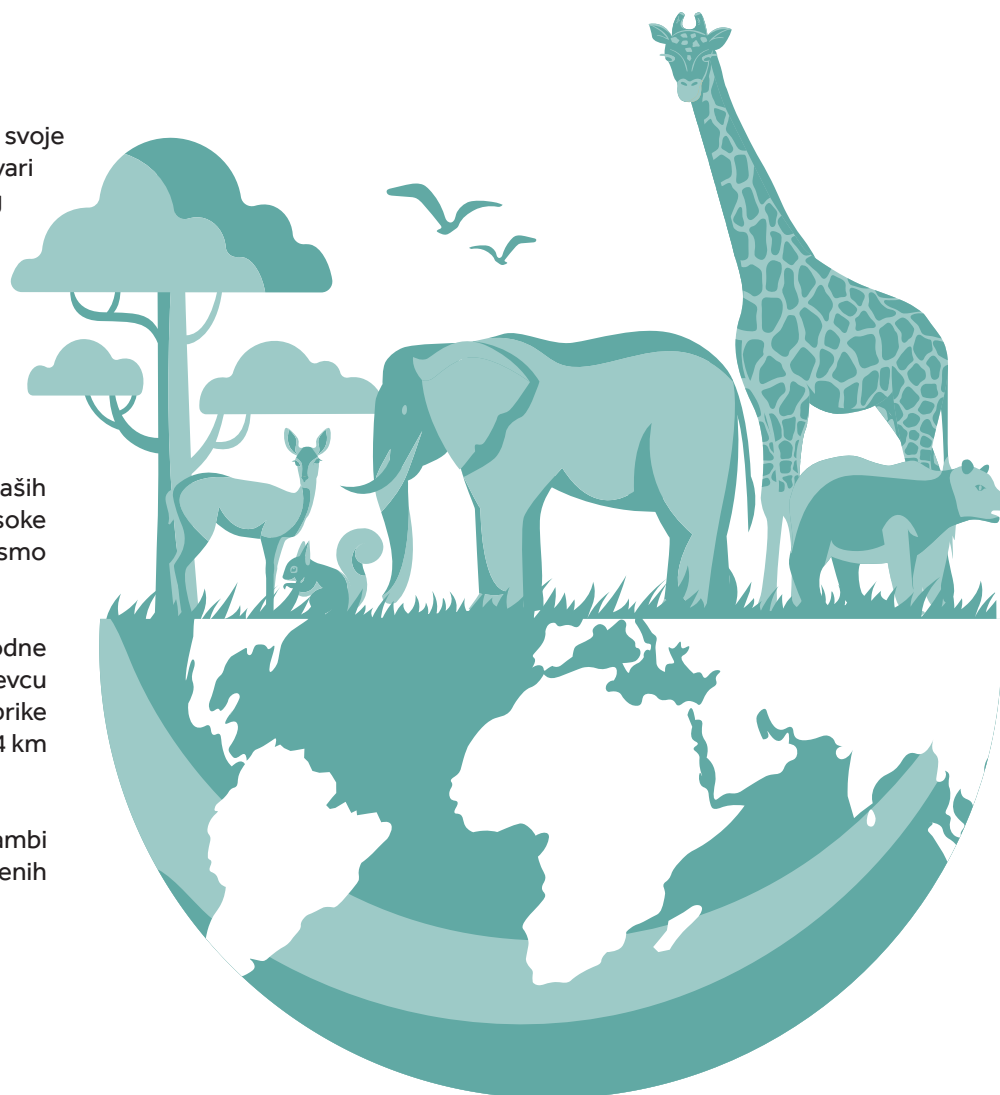
Biodiverzitet

U 2022. godini, Coca-Cola HBC Grupa uvrstila je biodiverzitet među svoje 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 snabdevanja. Takođe, prvobitno postavljeni cilj da se deforestacija u lancu snabdevanja 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 pristupamo praćenju uticaja naših delatnosti i proizvoda na zaštićenim područjima i na područjima visoke vrednosti u pogledu biodiverziteta. Na ovim specifičnim područjima nismo identifikovali značajne uticaje.

Fabrike kompanija Coca-Cola HBC Srbija nemaju značajnog uticaja na prirodne ekosisteme u neposrednoj blizini fabrika, kao ni fabrika Bambi koja je u Požarevcu locirana u industrijskoj zoni. Prvi značajni prirodni ekosistemi u blizini fabrike Bambi su vođeni ekosistemi i priobalje reke Velike Morave na udaljenosti od 4 km zapadno, kao i reke Dunav na udaljenosti od 14 km severno od fabrike.

Takođe, na područjima poslovnih delatnosti kompanija Coca-Cola HBC i Bambi nisu prisutne vrste sa Crvenog popisa IUCN-a i nacionalnih popisa ugroženih vrsta.



O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZA JEDNICA

GRI INDEKS



O NAMA

TRŽIŠTE

NAŠI LJUDI

ŽIVOTNA SREDINA

ZAJEDNICA

GRI INDEKS

DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



Dobro
zdravlje



Dostojanstven rad
i ekonomski rast



Održivi gradovi
i zajednice



Partnerstvom
do ciljeva



Kvalitetno
obrazovanje



Smanjenje
nejednakosti



Mir, pravda i
snažne institucije

Ključne aktivnosti i rezultati u 2024. godini:

 **>3.000** mladih osnaženo kroz
različite programe podrške

 **2.589** volonterskih sati donirano zajednici, čak

 **>200.000** litara i **39** tona
proizvoda donirano za podršku lokalnim zajednicama

 **558h** više u odnosu na prethodnu godinu

Vođeni odgovornošću, posvećeni lokalnoj zajednici

Važan deo naše sveobuhvatne strategije održivosti predstavlja zajednica u kojoj poslujemo, a naša posvećenost da ostvarimo dugoročno pozitivan uticaj u lokalnoj sredini reflektovala se i tokom 2024. godine kroz strateške programe usmerene na osnaživanje mladih, razvojne inicijative za unapređenje kvaliteta života, donacije naših proizvoda i organizovane volonterske aktivnosti naših zaposlenih.

Kada je reč o podršci zajednici, usmereni smo na ostvarivanje pozitivnog uticaja kroz sledeće prioritetne oblasti:

Kako bismo obuhvatili sve ključne aspekte tema kojima se bavimo, konstantno smo u dijalogu s našim partnerima i drugim relevantnim stranama. Taj dijalog se odvija kroz različite formate, uključujući ESG Savetodavni odbor i aktivno učešće u radu poslovnih i sektorskih udruženja čiji smo članovi.

ESG Savetodavni odbor, kompanija Coca-Cola HBC Srbija osnovala je 2021. godine sa ciljem da, kroz znanje, kritičko razmišljanje i analize svojih članova, pruži podršku kompaniji u ostvarivanju ciljeva održivog poslovanja. Odbor okuplja predstavnike međunarodnih i regionalnih organizacija, poslovnih asocijacija, naših kupaca, organizacija potrošača, lokalnih samouprava, medija, kao i nezavisne eksperte.



*Ulaganje u
razvoj mladih*



*Robne i novčane
donacije*



*Partnerski programi u
lokalnim zajednicama*



Volontiranje

Mladi u fokusu naših razvojnih programa

Preko milion mladih osnaženo kroz program Coca-Cola Podrška mladima na nivou cele HBC Grupe

Podrška mladima u profesionalnom razvoju i prvim koracima u građenju karijere jedno je od naših trajnih opredeljenja, i najznačajnije ulaganje u budućnost čitave zajednice. Upravo iz tog razloga jedan od ciljeva održivosti Coca-Cola HBC Grupe je da do 2025. godine, kroz inicijativu Coca-Cola podrška mladima, osnaži ukupno milion mladih ljudi kroz svih 29 tržišta na kojima Grupa posluje. Sa ponosom ističemo da je ovaj cilj već premašen krajem 2024. godine, te je od osnivanja ovog projekta, na nivou Grupe, kroz inicijativu osnaženo ukupno 1.119.850 mladih.



U Srbiji, Coca-Cola HBC već osam godina sprovodi inicijativu Coca-Cola podrška mladima, čiji je cilj da osnaži mlade u potrazi za prvim poslom i olakša im prve poslovne korake. Kroz različite radionice, rad sa mentorima, konferencije, online predavanja kao i edukacije uživo, mladima se pružaju veštine i znanja koja ne mogu da steknu kroz formalno obrazovanje, a koja su im od ključne važnosti za traženje posla i pozicioniranje na tržištu rada. Posebno smo ponosni na činjenicu da je od početka programa, do sada, edukacije završilo više od 17.000 polaznika. Samo u 2024. godini, program je prošlo više od 3.000 mladih, što je naš glavni podstrek za nova ulaganja u ovoj oblasti.

Kako bismo edukativne aktivnosti sproveli što uspešnije i dopreli do mladih, posvećeno razvijamo partnerstva i negujemo saradnju zasnovanu na zajedničkim vrednostima. U okviru inicijative angažujemo istaknute stručnjake i uspešne pojedince koji predstavljaju uzore mladima, kao i kolege iz kompanije koje, pored bogatog iskustva, imaju snažnu motivaciju da prenesu znanja i veštine budućim generacijama. Blisko sarađujemo i sa različitim obrazovnim ustanovama i organizacijama poput AIESEC-a, Beogradske otvorene škole, MEKST konferencije, kao i sa drugim relevantnim akterima iz stručne zajednice.

Više od 80 „Coke Summership“ praktikanata je nastavilo karijeru u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija

Dugogodišnji program letnje prakse koji sprovodimo već 12 godina unazad je Coke Summership. Šestonedeljna praksa tokom koje mladi talenti imaju priliku da se upoznaju sa industrijom robe široke potrošnje (FMCG), jedinstvenim 24/7 portfolijom naše kompanije, kao i da steknu dragoceno iskustvo u različitim oblastima – uključujući prodaju, distribuciju, proizvodnju, logistiku, marketing, finansije, ljudske resurse kao i sektor korporativnih poslova i održivog poslovanja. Osim praktičnih veština, učesnici imaju priliku da razviju ključne kompetencije neophodne za uspešnu karijeru, kao što su organizacija vremena, pregovaranje i prezentovanje. Od pokretanja Coke Summership programa, preko 300 studenata je prošlo kroz praksu, a skoro većina studenata, njih 85, je nastavilo karijeru u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija.



„Poruka u Koci“ - Ispraćaj 12. generacije Coke Summership-ovaca



Tokom ispraćaja 12. generacije Coke Summership mladih u 2024. godini, njihova iskustva smo “flaširali” za budućnost. U okviru ove inicijative, 18 praktikanata je dobilo jedinstvenu Coca-Cola flašicu koja u sebi sadrži poruku koju će, skeniranjem QR koda, moći da pogledaju tek za 7 godina, odnosno u 2031. godini.

Bio je ovo poseban poklon za posebne, mlade ljude koji su nam ukazali poverenje da im budemo mentori dok prave svoje prve karijerne korake. Tokom šest nedelja prakse učili su o FMCG industriji, radili na konkretnom biznis projektu i učestvovali u snimanju video materijala o čijoj nameni nisu ništa znali. Ovaj jedinstveni projekat imao je za cilj da mladim praktikanatima na samom početku svoje karijere pošalju sebi poruku u budućnost. Da podsete sebe u budućnosti zašto vole svoj posao, čemu se raduju i u čemu pronalaze strast.

Podrška razvoju mladih kroz dualno obrazovanje: iskustvo iz prve ruke u Bambiju



Kompanija Bambi je tokom drugog polugodišta 2024. godine nastavila program podrške obrazovanju i razvoju mladih kadrova kroz projekat dualnog obrazovanja. U okviru ovog programa, učenici Poljoprivredne škole sa domom učenika „Sonja Marinković” su kroz blok časove stekli praktično iskustvo na različitim pozicijama u proizvodnji, a kvalitet i relevantnost samog programa potvrdila je i izuzetna prisutnost od preko 90 odsto. Nažalost, nakon požara, iz bezbedonosnih razloga nastava je prekinuta, ali se sa entuzijazmom planira nova generacija đaka u 2025. godini.



Kompanija Bambi i Mreža organizacija za decu Srbije organizovali su literarni i likovni konkurs „Detinjstvo je...”, koji je okupio više od 300 predškolaca i đaka iz 30 opština širom Srbije. Uoči Svetskog dana deteta, proglašeni su pobednici ovog kreativnog takmičenja u okviru koga su mališani kroz živopisne crteže, literarne radove i inspirativne priče prikazali šta za njih znači bezbrižno detinjstvo.

Partnerstva za snažniji razvoj lokalnih zajednica

Vlasina čista ljubav



Кабинет министра за развој
недовољно развијених општина



Projekat „Vlasina – čista ljubav“ pokrenut je 2021. godine kao rezultat zajedničke inicijative Coca-Cola sistema, Turističke organizacije Surdulica, Kabineta ministra za razvoj nedovoljno razvijenih opština i opštine Surdulica. Ova saradnja proistekla je iz želje da podržimo lokalni ugostiteljski sektor, koji je tokom pandemije 2021. godine pretrpeo velike izazove, ali i da Vlasinski kraj afirmišemo kao jedinstvenu i autentičnu turističku destinaciju, privlačnu kako domaćim, tako i stranim posetiocima.

U prvoj fazi projekta realizovane su besplatne radionice namenjene lokalnim ugostiteljima, sa jasnim ciljem da unapredimo kvalitet usluga i osnažimo razvoj turističke ponude u ovom prelepom prirodnom ambijentu. Kroz ovaj projekat želimo da zajedno stvaramo održivu i prepoznatljivu turističku budućnost Vlasine.

Od 2022. godine, u drugoj fazi projekta, kao novi partner, udružujemo snage i sa Programom Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), kada u partnerstvu sa Planinarskim savezom Srbije započinje rad na širenju turističkih kapaciteta.

Tokom 2023. godine obnovljeno je 47 kilometara planinarskih staza, uključujući i staze koje vode ka vrhovima Čemernik i Vrtop. Takođe, posebno je značajna i novoizgrađena edukativna staza, koja kroz interaktivne sadržaje posetiocima približava zaštićene biljne i životinjske vrste koje nastanjuju Vlasinski kraj.

Tokom 2024. godine, nastavili smo sa promocijom predivne prirode i turističke ponude na Vlasini kroz različite kanale komunikacije i posete. Tako smo na Vlasini ugostili i učesnike inicijative “Upoznajte ESG šampione” u organizaciji Američke privredne komore (AmCham), gde smo imali priliku da predstavimo više detalja o projektima Coca-Cola Sistema posvećenim očuvanju prirode. Učesnici su se upoznali sa programom upravljanja vodnim resursima i zaštitom biodiverziteta, a zajedno smo i prošetali obnovljenim stazama ovog planinskog krajolika. Razgovarali smo o budućim prilikama za partnerstva, promociji eko-turizma i održivom razvoju regiona Vlasine.

Sa istom vizijom i ciljem, u 2025. godini nastavljamo sa daljim razvojem projekta. Fokusirani smo na razvoj infrastrukture i snažniju promociju Vlasine, koja postepeno postaje jedan od prepoznatljivih kutaka Srbije za ljubitelje prirode i aktivnog odmora.





Investicije u zajednicu i podrška kroz donacije i sponzorstva

Kao lideri u svojim industrijama, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi posvećene su kreiranju vrednosti za sve zainteresovane strane kroz podršku društveno-ekonomskom razvoju u zajednicama u kojima poslujemo. Investicije kroz društveno odgovorne projekte, podrška zajednici kroz robne i novčane donacije, kao i sponzorstva brojnih kulturnih, sportskih i drugih manifestacija koje unapređuju kvalitet života u lokalnim zajednicama, imaju važnu ulogu u tom procesu.

Tokom godina, naš pristup se razvio od pojedinačnih filantropskih inicijativa do strateški usmerenih, sistemskih programa, koji su čvrsto povezani sa prioritetima i suštinskim pitanjima našeg poslovanja. Kroz različite društveno odgovorne projekte u 2024. godni, u zajednicu smo uložili:

Coca-Cola HBC Srbija

149.062 evra

Bambi

52.596 evra

Fokusiramo se na oblasti od najvećeg značaja za naše tržište: jačanje otpornosti zajednice, uključujući podršku u vanrednim i kriznim situacijama i oporavak nakon katastrofa, obezbeđivanje održivog pristupa bezbednoj vodi, ekonomsko osnaživanje mladih i žena, razvoj inicijativa u okviru cirkularne ekonomije, kao i realizaciju humanitarnih aktivnosti koje odgovaraju potrebama lokalnog stanovništva.

Tokom 2024. godine, podržali smo zajednicu i kroz donacije, kako robne tako i novčane:

Coca-Cola HBC Srbija

206.838 l proizvoda

Bambi

39,45 t proizvoda

*količine donirane robe u 2024.godini

Upiti za sponzorstvo i donaciju 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](#).

Coca-Cola HBC Fondacija

Coca-Cola HBC Grupa je u decembru 2023. godine osnovala Coca-Cola HBC Fondaciju, sa ciljem da, uz dugu tradiciju podrške zajednicama u kojima Grupa posluje, omogući brzo donošenje odluka, kako bi se podrška usmerila tamo gde je najpotrebnija.

U 2024. godini donirano je 1,55 miliona evra za obnovu nakon poplava u šest država u kojima Grupa posluje, a pored podrške u vanrednim situacijama, Fondacija svoju podršku usmerava i na sledeće ključne oblasti:

- Ambalaža i upravljanje otpadom
- Odgovornost u zajednici
- Osnaživanje mladih i žena

Zajedno sa kupcima – partnerstva za dobrobit zajednice

Jedna od temeljnih korporativnih vrednosti kompanije Coca-Cola HBC jeste „kupac na prvom mestu“, koju svi naši zaposleni posvećeno prate, razvijajući istovremeno snažne odnose sa kupcima, uz duboko razumevanje njihovih potreba i ciljeva. Ova povezanost omogućava nam da zajedničkim snagama pokrećemo inicijative koje ostavljaju pozitivan i trajan trag u zajednicama u kojima poslujemo.

Tako smo tokom 2024. godine, sa trgovinskim lancem „Medius“ iz Stare Pazove, realizovali zajedničku inicijativu podrške lokalnoj zajednici kroz donaciju 25 klima uređaja Osnovnoj školi „Rastko Nemanjić – Sveti Sava“ u Novoj Pazovi. Ova škola, kao jedna od najvećih u Srbiji i najveća u regionu Srema, broji više od 1300 učenika, a donacija je odgovor na konkretne potrebe učenika i nastavnog osoblja za unapređenjem uslova rada i boravka.

Inicijativa je deo strateške posvećenosti obe kompanije da, kroz partnerstva sa svojim poslovnim saradnicima, direktno doprinose dobrobiti zajednice i stvaranju pozitivnog i održivog uticaja.

U okviru iste saradnje, tokom novembra, sproveli smo dodatno akciju, zajednički sa kolegama iz Mediusa uredili smo i okrečili deo školskog dvorišta, stvarajući funkcionalniji i lepši ambijent za sve đake i zaposlene škole.

Ovaj primer pokazuje koliko zajedničko delovanje kompanije i njenih partnera može imati snažan i trajan efekat u lokalnoj zajednici.



Bambi podrška najmlađima u godini velikih izazova

Donacije za 2.600 predškolskih ustanova, 64.000 đaka prvaka i 60.000 mama u porodilištima širom Srbije

Nakon ponovnog pokretanja proizvodnje u ograničenom kapacitetu, prioritet kompanije Bambi bio je da prve količine Plazme pokloni upravo onima kojima je ona najviše nedostajala - deci u predškolskim ustanovama širom Srbije. U okviru ove inicijative realizovane kroz saradnju sa Ministarstvom prosvete Republike Srbije i kompanijom Nelt, Bambi je obradovao više od 200.000 mališana u 2.600 ustanova, i pokazao da ne odstupa od dugoročne strategije društveno-odgovornog poslovanja ni onda kada se suočava sa velikim izazovima.

Dodatno, već drugu godinu zaredom, 64.000 đaka prvaka širom Srbije u školskim klupama dočekali su Plazma paketići sa školskim torbama, sveskama, rasporedom časova, i Bambi proizvodima. Ovu inicijativu, kompanija je sproveda u partnerstvu sa Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije s ciljem pružanja podrške deci i roditeljima, u važnim trenucima, kao što je početak školovanja.

Tradicionalno, Plazma je i ove godine bila deo poklon paketa namenjenih porodilištima širom Srbije. Inspirisan porodicom i najlepšim trenucima koje delimo sa svojim najbližima, Bambi je obezbedio Plazmu za 48.000 „Taši Taši“ paketa koji su sačekali mame na početku jednog od najvažnijih životnih poglavlja i dočekali novu generaciju mališana kojima će biti veran saputnik na putu odrastanja.



rosa nastavlja da bude uz roditelje – od početka

Brend rosa podržava roditeljstvo punih 15 godina.



U okviru kampanje „Od početka uz tebe“, koju sprovodi kompanija Coca-Cola, brend Rosa je tokom 2024. godine sproveo niz aktivnosti posvećenih podršci roditeljstvu i radu patronažne službe širom Srbije. Od februara do aprila, od svake prodate boce Rosa 1.5L izdvajao se 1 dinar za dalju podršku roditeljstvu. Donacijom su obuhvaćene kecelje za patronažne sestre, aparati za merenje pritiska sa stetoskopima i pulsni oksimetri sa nastavkom za novorođenčad, koji su distribuirani domovima zdravlja širom zemlje.

U saradnji sa Institutom za mentalno zdravlje, izrađena je i nova brošura „Dobrodošla, bebo“, koja se bavi emocionalnim izazovima roditeljstva, a deli se roditeljima tokom prve posete patronažne sestre.

Rosa je organizovala i karavan „Na putu kroz roditeljstvo“, kojim je obišla pet gradova u Srbiji – Niš, Jagodinu, Novi Sad, Kragujevac i Užice. Na panelima sa psiholozima otvoreno se govorilo o izazovima roditeljstva i važnosti traženja podrške. Više od 150 ljudi prisustvovalo je događajima uživo, dok je snimak karavana dostupan na Rosa YouTube kanalu.

Novogodišnja magija u humanitarnim akcijama naših kolega

Snaga naših brendova i volja naših zaposlenih podstiču istinsku novogodišnju magiju. Svesni da je vreme praznika prepuno prilika da nesebično delimo, pružamo i podržavamo one kojima je pomoć najpotrebnija, uoči novogodišnjih praznika smo i proteklu godinu zaključili sa nizom interno organizovanih humanitarnih bazara, zajednički prikupljajući sredstva koje smo donirali ustanovama za decu u Srbiji.

Na interno organizovanom novogodišnjem bazaru kompanije Coca-Cola HBC Srbija učestvovalo je preko 50 kolega, koji su posvećeno pripremali izložbeni sadržaj za prodaju i prikupljanje sredstava – od domaćih kolačića, preko knjiga, društvenih igara, ručno rađenog nakita, unikatnih poklona ali i štanda za izradu personalizovanih novogodišnjih ukrasa na licu mesta. Zahvaljujući njima i posetiocima, među kojima su bile i porodice zaposlenih, prikupljeno je oko 330.000 dinara, čiji je iznos kompanija više nego udvostručila, pa je ukupno donirano 700.000 dinara Domu za decu i omladinu "Duško Radović" u Nišu.

Praznična euforija vladala je i u Požarevcu, na humanitarnom novogodišnjem bazaru kompanije Bambi. Na 10 štandova, 96 zaposlenih prodavali su novogodišnje zalogaje, ukrase, čestitke, knjige i još mnogo autentičnih proizvoda. Prikupljena sredstva u vrednosti od 330.000 dinara donirana su za renoviranje fiskulturne sale Doma za nezbrinutu decu u Beloj crkvi.

Organizacijom humanitarnih bazara ukupno je donirano **>1.000.000** dinara odabranim Domovima za decu.



Praznična humanitarna saradnja: Plazma i Novak Đoković Fondacija zajedno na Zimskoj bajci

Donacijom celokupne zarade, u iznosu od 38 hiljada evra od prodaje proizvoda i suvenira u Plazma kućici tokom manifestacije Zimska bajka, kompanija Bambi podržala je projekte Fondacije Novak Đoković, posvećene dostupnom i kvalitetnom predškolskom obrazovanju, omogućavajući deci da radoznalo istražuju svet oko sebe.





Pouzdani timski igrači u sportskim manifestacijama

Coca-Cola HBC Srbija i kompanija Bambi ostaju dosledni podršci mladima i afirmaciji zdravih stilova života i kroz druge društveno-odgovorne projekte. Coca-Cola sistem je od samog početka prepoznao i podržao najmasovniju manifestaciju amaterskog sporta za decu i omladinu, Sportske Igre mladih. Manifestaciju podržava i kompanija Bambi kroz brend Plazma, čime aktivno nastavlja da ulaže u razvoj novih generacija. Sportske igre mladih okupljaju učenike osnovnih i srednjih škola iz regiona, koji kroz druženje i sport promovišu zdrav način života zasnovan na razumevanju, prijateljstvu, poštovanju različitosti i toleranciji. Osim afirmacije sportskog duha i zdravih životnih navika, kroz ovu saradnju ujedno podržavamo i edukaciju u oblasti ekologije. Kroz ekološku radionicu i poligon „Zero Waste – budi deo igre – čuvajmo našu planetu“ okupili smo veliki broj mladih oko ideje značaja svakog pojedinca na očuvanju životne sredine.



Coca-Cola sistem u Srbiji dugogodišnji sponzor Specijalne Olimpijade

Kao dugogodišnji sponzor Specijalne Olimpijade Srbije, sportskog udruženja koje omogućava osobama sa posebnim potrebama bolju integraciju unutar društva kroz sport i sportske aktivnosti, zajednički kreiramo prilike za uključivanje u sport dostupne svima, promovišući inkluziju i ravnopravnost.

Specijalna Olimpijada Srbije je tokom prethodne godine organizovala devet državnih takmičenja u sportovima kao što su fudbal, košarka, atletika i plivanje, uz Nacionalne Igre u Vranju sa preko 220 učesnika. Takođe, bila je domaćin međunarodnog turnira u inkluzivnoj ženskoj košarci u Zrenjaninu, uz učešće osam evropskih zemalja. Ukupno je učestvovalo više od 2.500 sportista i trenerskih timova.



Bambi staza zdravlja

Kompanija Bambi je u parku prirode Bukovik kod Požarevca, podržala projekat trasiranja „Bambi staze zdravlja“, koja je svečano otvorena tokom održavanja Srbija Epic međunarodne biciklističke trke.

Uređenje staze dužine 6 kilometra ima poseban značaj za sve ljubitelje sporta i rekreacije, jer obezbeđuje siguran prostor za uživanje na otvorenom i doprinosi promociji Požarevca kao globalno priznate destinacije za planinski biciklizam.

Volontiranje je deo naše kulture

Ukupno 2.589 volonterskih sati donirano zajednici

Volontiranje je duboko ukorenjeno u našu kompanijsku kulturu i vrednosti. Coca-Cola Klub volontera proslavio je 20 godina postojanja u 2024. godini, dok Klub Bambi volonteri deluje od 2017. godine. Kroz različite volonterske inicijative, naši zaposleni ne samo da učestvuju u grupnim akcijama već i individualno dele svoje znanje i veštine kroz mentorske i edukativne programe.

Coca-Cola HBC Grupa postavila je cilj da do 2025. godine najmanje 10% zaposlenih bude uključeno u volonterske aktivnosti. Ovaj cilj prevaziđen je već 2023. godine, kada je u volonterskim projektima učestvovalo 11% zaposlenih, dok je do kraja 2024. taj procenat dostigao 13%.

U Srbiji, tokom 2024. godine, 157 zaposlenih kompanije Coca-Cola HBC doniralo je zajednici 2.125 volonterskih sati kroz različite akcije, mentorske i edukativne programe, dok su zaposleni kompanije Bambi, njih 116, doprineli sa dodatnih 464 volonterska sata. Kroz ove akcije, naši timovi ne samo da pomažu zajednici već i inspirišu druge da se uključe i učine društvo boljim mestom za sve.

Među brojnim volonterskih aktivnostima, uključujući i Novogodišnje bazare naših kompanija, posebno izdvajamo našu posvećenost zaštiti životne sredine kroz akcije pošumljavanja.



U okviru projekta **Zeleni Novi Beograd**, donirali smo 35 stabala odraslog drveća i učestvovali u njegovoj sadnji drveća u parku Ušće, na novobeogradskom keju, i time doprineli stvaranju zdravijeg urbanog okruženja.



Dodatno, 20 naših kolega iz kompanije Bambi aktivno je učestvovalo u sadnji drveća, uz donaciju od **200.000 RSD**, čime smo još jednom pokazali da verujemo u zajedničku odgovornost i dugoročne promene. Zaposleni iz južnog prodajnog regiona kompanije Coca-Cola HBC Srbija, organizovali su i humanitarnu akciju u kojoj su podržali **Dom za nezbrinutu decu „Duško Radović“ u Nišu**. Donirali su slatkiše, odeću i kozmetiku, a zatim su pripremili i paketiće za decu. Ujedno su stvorili prazničnu atmosferu, okitili jelku i zajedno sa mališanima izrađivali novogodišnje čestitke. Ova akcija pružila je deci iz Doma radost i osećaj zajedništva tokom prazničnog perioda.



Zajedno sa kolegama i **Trag fondacijom**, organizovali smo još jednu akciju sadnje **35 stabala** u dvorištima dva vrtića, pružajući mališanima prijatnije i zelenije okruženje za igru i učenje.

Inicijative usmerene na upravljanje ambalažnim otpadom

S obzirom na ključne oblasti u okviru naše strategije odgovornog poslovanja, posvećeni smo saradnji sa partnerima na uspostavljanju infrastrukture za recikliranje u Srbiji, kao i edukaciji i promociji reciklaže kod potrošača. Kroz brojne lokalne inicijative podstičemo i potrošače da recikliraju svoju ambalažu.

Jedna od inicijativa u kojoj smo učestvovali bila je akcija „Novi Sad – Pametno reciklira“, koja je podsticala građane da pravilno odlažu ambalažni otpad putem reciklomata postavljenih na ključnim lokacijama u gradu. Ova inicijativa ne samo da je omogućila lakši pristup reciklaži, već je i dodatno motivisala potrošače kroz nagrađivanje onih koji su najviše doprineli očuvanju životne sredine. Pridruživanjem ovoj akciji, dodatno smo jačali svest o važnosti reciklaže i pružili podršku održivim praksama u lokalnoj zajednici.



Odgovorno upravljanje hranom i smanjenje viškova

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi aktivno rade na smanjenju viškova hrane u svim fazama svog poslovanja, istovremeno podržavajući nacionalne, evropske i globalne inicijative u ovoj oblasti. Kao deo tog pristupa, Coca-Cola HBC Srbija je u februaru 2024. godine usvojila Politiku za borbu protiv gubitka hrane, koja ne samo da podrazumeva optimizaciju internih procesa, već i jačanje saradnje sa različitim partnerima i razmenu najboljih praksi. Ovo uključuje i donacije proizvoda pred istekom roka trajanja, kojima se istovremeno postižu pozitivni uticaji i na društvo i na životnu sredinu. U 2024. godini Coca-Cola HBC Srbija je donirala proizvode pred istek roka trajanja različitim humanitarnim organizacijama.

Jedan od ključnih koraka ka efikasnijem upravljanju viškovima hrane jeste unapređenje zakonskog okvira za donacije hrane pred istekom roka trajanja. Obe kompanije zagovaraju ukidanje PDV-a na doniranu hranu, što je već ustaljena praksa u većini zemalja EU i u skladu je sa smernicama Evropske unije i Ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija. Kroz aktivno učešće u Srpskom filantropskom forumu i dijalog sa relevantnim institucijama, radimo na stvaranju boljih uslova za doniranje hrane i podršku najugroženijim članovima zajednice.

Bambi za budućnost naše Planete

Svesna značaja očuvanja prirodnih resursa i važnosti edukacije o održivoj budućnosti naše Planete, kompanija Bambi je, u saradnji sa MPC Properties, povodom Svetskog dana biodiverziteta organizovala niz radionica za decu pod nazivom „Grad ima i drugo lice: pčele, drveće, ptice“. Cilj je bio podizanje svesti među najmlađima o bogatstvu biljnih i životinjskih vrsta u urbanim sredinama. Učenice i učenici osnovnih škola iz Beograda, Požarevca i Novog Sada, imali su priliku da steknu nova znanja o zaštiti prirode i njenim dragocenim stanovnicima; i to kroz brojne edukativne i interaktivne aktivnosti realizovane u saradnji sa brojnim partnerima: kompanijom MPC Properties, Beogradskim udruženjem pčelara, Botaničkom baštom Jevremovac Biološkog fakulteta pri Univerzitetu u Beogradu, Centrom za eksperimente i urbane studije – CEUS, Asocijacijom za afirmacije kulture.



GRI Indeks

IZJAVA O KORIŠĆENJU STANDARDA

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi izvestile su o informacijama navedenim u GRI indeksu za period 01.01.2024. – 31.12.2024. uz korišćenje (with reference) GRI Standarda.

Ciklus izveštavanja: jednogodišnji

KORIŠĆENI GRI 1

GRI 1: Foundation 2021

KONTAKT OSOBA ZA PITANJA U VEZI SA IZVEŠTAJEM

Zvezdana Vuletić
Menadžerka za partnerstvo za zajednicom
zvezdana.zvu.vuletic@cchellenic.com

Jasmina Savić
Menadžerka za partnerstvo za zajednicom
jasmina.savic@bambi.rs

DATUM OBJAVLJIVANJA IZVEŠTAJA

17.06.2025.

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		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-2 Entiteti uključeni o izveštaj o održivosti	2		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-3 Period i dinamika izveštavanja, kontakt osoba u vezi sa izveštajem	108		
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	6-8, 10		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-7 Zaposleni	44-46	Cilj 8	Princip 6
GRI 2: General Disclosures 2021	2-8 Drugi radnici	44, 46	Cilj 8	Princip 6
GRI 2: General Disclosures 2021	2-9 Struktura i sastav organa upravljanja	18	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-10 Imenovanje i izbor najvišeg upravljačkog tela	18	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-11 Predsedavajući najvišeg upravljačkog tela	18	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-12 Uloga najvišeg upravljačkog tela u nadzoru nad upravljanjem uticajima	18		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-13 Delegiranje odgovornosti za upravljanje uticajima	18		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-14 Uloga najvišeg upravljačkog tela u izveštavanju o održivosti	18		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-15 Sukob interesa	21	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-18 Evaluacija učinka najvišeg upravljačkog tela	18		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-19 Politika naknada	18		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-20 Proces za određivanje naknada	18		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-22 Izjava o strategiji održivog razvoja	4-5		

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDNINJENIH NACIJA
GRI 2: General Disclosures 2021	2-23 Usvojene politike – poslovna etika i ljudska prava	20	Cilj 16	Princip 10
GRI 2: General Disclosures 2021	2-24 Sprovođenje usvojenih politika	20		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-26 Mehanizmi za savetovanje i pokretanje pitanja primene	20	Cilj 16	Princip 10
GRI 2: General Disclosures 2021	2-27 Usklađenost sa zakonima i propisima	18		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-28 Članstvo u udruženjima	17		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-29 Pristup uključivanju zainteresovanih strana	17		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-30 Kolektivni ugovor	48-49	Cilj 8	Princip 3
MATERIJALNE TEME				
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Proces za određivanje materijalnih tema	15-17		
GRI 3: Material Topics 2021	3-2 Lista materijalnih tema	13		
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	69-70, 71 87-88 81-82, 84-85 38-39 29-32 44,55, 58-60,98		
EKONOMSKI UČINAK				
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direktna generisana i distribuirana ekonomska vrednost	12	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	69	Cilj 13	
PRAKSE NABAVKE				
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Udeo potrošnje na lokalne dobavljače na značajnim lokalitetima poslovanja	37-38		

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDNINJENIH NACIJA
ANTIKORUPCIJA				
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Procenat i ukupan broj poslovnih jedinica podvrgnutih analizi rizika od korupcije	21	Cilj 16	Princip 10
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-2 Komunikacija i obuke o antikorupcijskim procedurama i politikama	21	Cilj 16	Princip 10
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-3 Potvrđeni slučajevi korupcije i preduzete mere	21		
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	21	Cilj 16	
MATERIJALI				
GRI 301: Materials 2016	301-1 Upotrebljeni materijali prema težini ili zapremini	78-79	Ciljevi 8, 12	Principi 7, 8
GRI 301: Materials 2016	301-3 Preuzeti proizvodi i njihovi ambalažni materijali	83	Ciljevi 8, 12	Principi 7, 8
ENERGIJA				
GRI 302: Energy 2016	302-1 Potrošnja energije unutar kompanije	75	Ciljevi 7,8,12,13	Principi 7,8
GRI 302: Energy 2016	302-2 Potrošnja energije van kompanije	76	Ciljevi 7,8,12,13	Princip 7
GRI 302: Energy 2016	302-3 Energetski intenzitet	67	Ciljevi 7,8,12,13	Princip 9
GRI 302: Energy 2016	302-4 Smanjenje potrošnje energije	74	Ciljevi 7,8,12,13	Principi 8, 9
GRI 302: Energy 2016	302-5 Smanjenje u energetske zahtevima proizvoda i usluga	74	Ciljevi 7,8,12,13	Principi 8, 9
VODA				
GRI 303: Water and effluents	303-3 Crpljenje vode	90-91	Ciljevi 6, 12	Principi 7,8
GRI 303: Water and effluents	303-4 Ispuštanje vode	93	Ciljevi 6, 12	Principi 7,8
GRI 303: Water and effluents	303-5 Potrošnja vode	90-91	Ciljevi 6, 12	Principi 7,8

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDNINJENIH NACIJA
BIODIVERZITET				
GRI 304: Biodiversity 2016	304-2 Značajni uticaji delatnosti, proizvoda i usluga na biodiverzitet	94	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	94	Ciljevi 6, 14, 15	Princip 7
EMISIJE				
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direktne emisije gasova staklene bašte (ghg – scope 1)	70-73	Ciljevi 3,12,13, 15	Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-2 Indirektne emisije gasova staklene bašte (ghg – scope 2)	70-73	Ciljevi 3,12,13, 15	Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-3 Druge indirektne emisije gasova staklene bašte (ghg – scope 3)	70-73		Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-5 Smanjenje emisija gasova staklene bašte	70,72		Principi 7,8,9
GRI 305: Emissions 2016	305-6 Emisije supstanci koje oštećuju ozonski omotač	80		Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-7 NOX, SOX i druge značajne emisije u vazduh	80		Principi 7,8
OTPAD				
GRI 306: Waste 2020	306-1 Generisanje otpada i značajni uticaji u vezi sa otpadom	84-85	Ciljevi 3, 6, 12	Princip 8
GRI 306: Waste 2020	306-2 Upravljanje značajnim uticajima u vezi sa otpadom	84-85		
GRI 306: Waste 2020	306-3 Generisani otpad	84-85		
GRI 306: Waste 2020	306-4 Otpad preusmeren od odlaganja	84-86		
GRI 306: Waste 2020	306-5 Otpad usmeren na odlaganje	84-86		
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	39		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	39		

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDNINJENIH NACIJA
ZAPOSŁJAVANJE				
GRI 401: Employment 2016	401-1 Ukupan broj novozaposlenih i fluktuacija zaposlenih	45,47	Ciljevi 5,8	Princip 6
GRI 401: Employment 2016	401-2 Beneficije osigurane zaposlenima sa punim radnim vremenom	51-52	Cilj 8	
GRI 401: Employment 2016	401-3 Porodiljsko odsustvo	51	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	48	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	55	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-2 Identifikacija, procena i istraga rizika	55	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	57	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-5 Obuke o zdravlju i bezbednosti na radu	56	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-9 Povrede na radu	57-58	Ciljevi 3,8	
OBUKE I OBRAZOVANJE				
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Prosečan broj sati obuke po zaposlenom	62	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	60-61	Cilj 8	
GRI 404: Training and Education 2016	404-3 Procenat zaposlenih koji dobijaju redovnu ocenu radnog učinka i karijernog razvoja	60	Ciljevi 5,8	Princip 6

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDNINJENIH NACIJA
RAZLIČITOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI				
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Sastav upravljačkih tela i struktura zaposlenih	44-47, 59	Ciljevi 5, 8	
NEDISKRIMINACIJA				
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Slučajevi diskriminacije i preduzete korektivne mere	58	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	39	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	39	Cilj 8	
ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA				
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Procena zdravstvenih i bezbednosnih uticaja kategorija proizvoda i usluga	29		
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-2 Slučajevi nepridržavanja u vezi sa zdravstvenim i bezbednosnim uticajima proizvoda i usluga	29	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	31-32	Cilj 12	
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-2 Slučajevi nepridržavanja propisa u vezi sa pružanjem informacija i označavanjem proizvoda i usluga	31	Cilj 16	



ODRŽIVOST

SNAGA KOJA POKREĆE ZAJEDNIČKE PROMENE

Jun, 2025. godina