

STVARAMO BOLJU BUDUĆNOST ZAJEDNO

_2019



Coca-Cola HBC
Srbija



UVODNA REČ

Poštovani partneri,

Pred vama je sedmi lokalni Izveštaj o održivom poslovanju - manifest kompanije Coca-Cola HBC Srbija, koja više od pola veka posluje na ovom tržištu.

Za našu kompaniju je 2019. bila godina za pamćenje! Ne samo zbog rezultata koje smo ostvarili, već i zbog neverovatne posvećenosti ciljevima i strategijama koje smo zajedno sa zaposlenima postavili. U stvari, to je ostvarenje naše želje da proizvodi naše kompanije budu izbor potrošača u Srbiji i to u svakoj prilici za konzumaciju, 24 sata dnevno, sedam dana u nedelji.

Upravo zbog tog sna smo napravili hrabar korak, a to je akvizicija jednog od najomiljenijih domaćih brendova – Plazme i kompanije Bambi iz Požarevca. To je veliki korak za našu kompaniju, onaj koji nas čini ponosnim što možemo svom širokom asortimanu da dodamo - jedinstven i istinski vredan brend vrhunskog kvaliteta sa dugom tradicijom. Sigurni smo da će zajedničke vrednosti koje delimo iznedriti još mnogo izuzetnih inicijativa.

Tokom 2019. godine smo predano nastavili da doprinosimo ispunjenju svoje misije održivosti. Tome svedoči i činjenica da novi izveštaj pokazuje da smo ostvarili više nego dobre rezultate prema različitim pokazateljima i predstavlja sve inicijative naše kompanije kojima kreiramo dodatnu vrednost. U poređenju sa prethodnom godinom, uspeh smo da ispunimo tri nova pokazatelja održivosti prema GRI standardu.

Kao kompanija smo veoma posvećeni konstantnom razvoju svojih zaposlenih jer smo svesni da naše poslovanje vredi onoliko koliko vrede ljudi koji čine našu Coca-Cola porodicu. Zato smo tokom prošle godine pokrenuli i dva potpuno nova treninga za zaposlene koji se bave prodajom – Osnove upravljanja kupcima i Marketing kurikulum, u cilju ostvarivanja najviših marketinških standarda i kako bismo ponudili izuzetnu uslugu svojim kupcima.

Da bismo pobeđivali sa svojim kupcima, stalno težimo ka najboljim tržišnim praksama i zato neprestano proširujemo svoj asortiman, prateći potrebe svojih kupaca. U 2019. godini smo kroz Pulse upitnik počeli intenzivnije da beležimo reakcije kupaca, što nam omogućava da budemo agilniji i da se brže prilagodimo njihovim zahtevima.

Kada govorimo o svojim prioritetima, oni i dalje ostaju zasnovani na osluškivanju potreba lokalne zajednice, naših zaposlenih, kupaca, potrošača i samog spoljašnjeg okruženja.

Zbog toga smo i ove- 2020. godine, tokom borbe protiv korona virusa, usmerili svoje aktivnosti prvenstveno ka onima na prvoj liniji borbe protiv ove bolesti: medicinskim radnicima, vojsci, policiji, volonterima i onima koji su egzistencijalno najugroženiji. Donirali smo više od 150.000 litara svojih proizvoda za nekoliko hiljada zaposlenih u Kliničkom centru Srbije u saradnji sa Fondom B92, kao i za zaposlene u policiji. Pored toga smo obezbedili obroke za medicinske radnike u saradnji sa našim kupcem Wolt-om i donirali zaštitnu i IT opremu koja je bila potrebna istraživačkom centru Kliničkog centra.

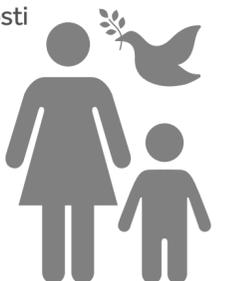
S obzirom na to da je Crveni krst Srbije često prva ruka spasa i da podržava najugroženije organizacije i građane, i ovog puta smo sa ljudima iz te organizacije delili obaveze i pomagali, obezbeđivši im svoje proizvode i novčana sredstva i ustupivši im određen broj svojih vozila kako bi pakete socijalne pomoći mogli da podele ugroženima. Sigurni smo da će uz donaciju od 200.000 američkih dolara Coca-Cola fondacije Crveni krst moći da obezbedi i pruži pomoć mnogim ljudima kojima je najpotrebnija.

I danas, zajedno sa svojim kupcima na modernom i fragmentisanom tržištu, kao i u ugostiteljskom sektoru, svakodnevno radimo na tome da pomognemo jedni drugima i ubrzamo oporavak tržišta.

Zajednički nastavljamo da živimo i radimo u Srbiji, rukovodeći se i dalje korporativnim vrednostima kompanije Coca-Cola HBC Srbija i principima održivosti u Misiji održivosti 2025!

Hvala vam što zajedno sa nama stvarate bolju budućnost.

S poštovanjem,
Svetoslav Atanasov
generalni direktor
Coca-Cola HBC Srbija



SADRŽAJ

- 02 Uvodna reč
- 04 Naš pristup izveštavanju

05 O KOMPANIJI

- 06 Coca-Cola HBC Grupa
- 07 Coca-Cola HBC Srbija
- 10 Ekonomski pokazatelji
- 12 Strateški pristup održivosti
- 14 Materijalnost
- 15 Uključivanje zainteresovanih strana
- 19 Upravljanje
- 20 Kodeks poslovnog ponašanja

22 TRŽIŠTE

- 24 Vodeći partner u kategoriji napitaka
- 25 Upravljanje kvalitetom proizvoda
- 26 Zdravlje potrošača
- 28 Dodatna vrednost za kupce
- 29 Održivi sistem snabdevanja

31 RADNO OKRUŽENJE

- 34 Fer radno okruženje
- 36 Beneficije i kolektivni ugovor
- 37 Uključivanje zaposlenih
- 39 Razvoj zaposlenih
- 42 Zdravlje i bezbednost
- 43 Edukacija i podizanje svesti

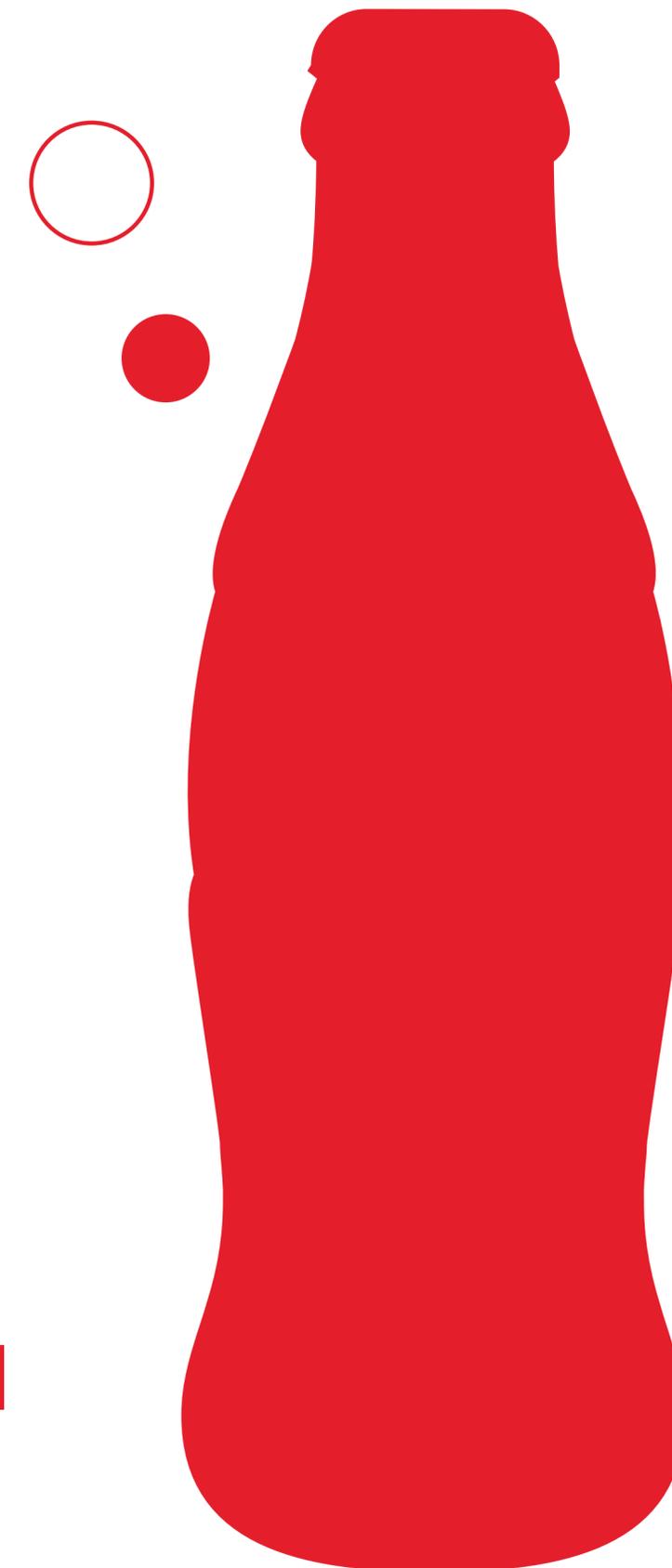
44 ŽIVOTNA SREDINA

- 47 Ciljevi održivosti
- 49 Upravljanje vodnim resursima
- 52 Zaštita energetske izvora i klime
- 56 Održiva ambalaža i recikliranje

59 ZAJEDNICA

- 61 Podrška profesionalnom razvoju mladih
- 65 Podrška zajednici u vanrednim situacijama
- 67 Volontiranje
- 70 Zaštita životne sredine i vodnih resursa

71 GRI INDEKS I INDIKATORI



NAŠ PRISTUP IZVEŠTAVANJU

Sedmi lokalni izveštaj o održivom poslovanju kompanije Coca-Cola HBC Srbija pripremljen je kako bismo, kao i proteklih šest godina, svim svojim zainteresovanim stranama pružili pregledan, informativan i transparentan uvid u rezultate i napredak u oblasti održivosti tokom 2019. godine. Pored lokalnog izveštaja, svake godine izveštavamo i centralu Coca-Cola HBC Grupe, koja objavljuje integrisani izveštaj o postignutim rezultatima u svih 28 zemalja u kojima je prisutna.

Lokalni izveštaj o održivosti za 2019. godinu je, kao i svi prethodni, u potpunosti usklađen sa zahtevima najzastupljenije svetske metodologije u toj oblasti – Global Reporting Initiative (GRI). Prateći aktuelne GRI standarde, kompanija izveštava u skladu sa osnovnom (Core) opcijom izveštavanja. Shodno strateškom sporazumu između Global Reporting Initiative i Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija, ovaj izveštaj, takođe, odgovara zahtevima GDUN-a za izveštavanje o napretku.

Podaci koji su dati u Izveštaju, ukoliko nije drugačije navedeno, odnose se na poslovanje Coca-Cola HBC Srbija u 2019. godini (zaključno sa 31. 12. 2019.), uključujući dve punionice (Beograd, Vlasinka) i tri distributivna centra. Kvantitativni indikatori i narativne tvrdnje ne uključuju poslovanje kompanije Bambi, koja je u junu 2019. godine postala članica Coca-Cola HBC Grupe, s obzirom na to da je integracija procesa još u toku. Posebno je naglašeno kada se narativne tvrdnje ili kvantifikacije odnose na kompaniju Coca-Cola ili Cola-Cola sistem. Detaljne finansijske informacije dostupne su u okviru **Finansijskog izveštaja za 2019. godinu.**

Reviziju podataka realizuje nezavisna revizorska kuća Denkstatt na nivou Grupe za izveštaj koji izdaje Coca-Cola HBC AG.

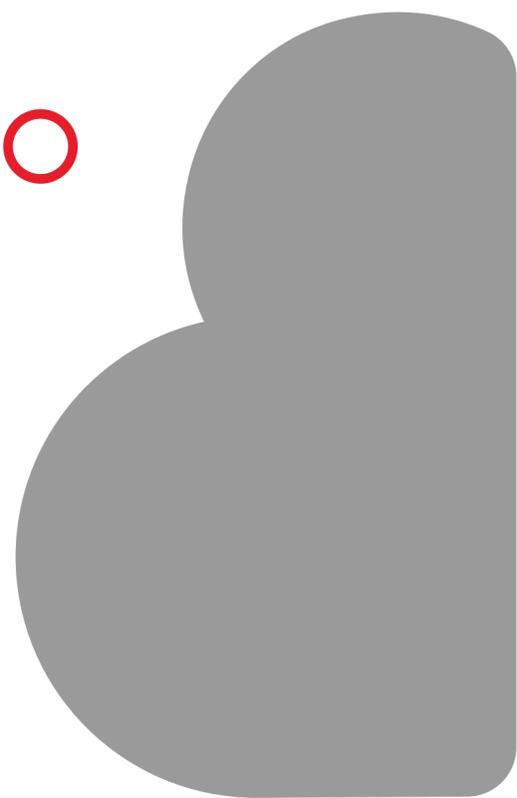
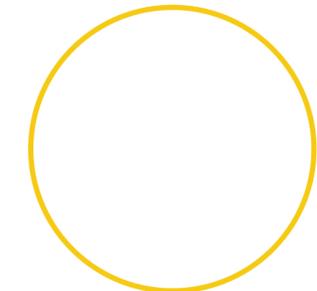
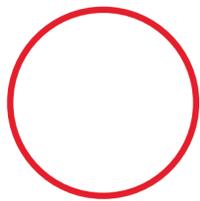
Kontakt osoba za pitanja i sugestije u vezi sa Izveštajem jeste:

Teodora Pasulj

saradnica za korporativnu društvenu odgovornost
u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija

✉ teodora.pasulj@cchellenic.com

☎ +381 11 3771 423





O KOMPANIJI

Coca-Cola HBC Grupa / Coca-Cola HBC Srbija / Ekonomski pokazatelji



COCA-COLA HBC GRUPA

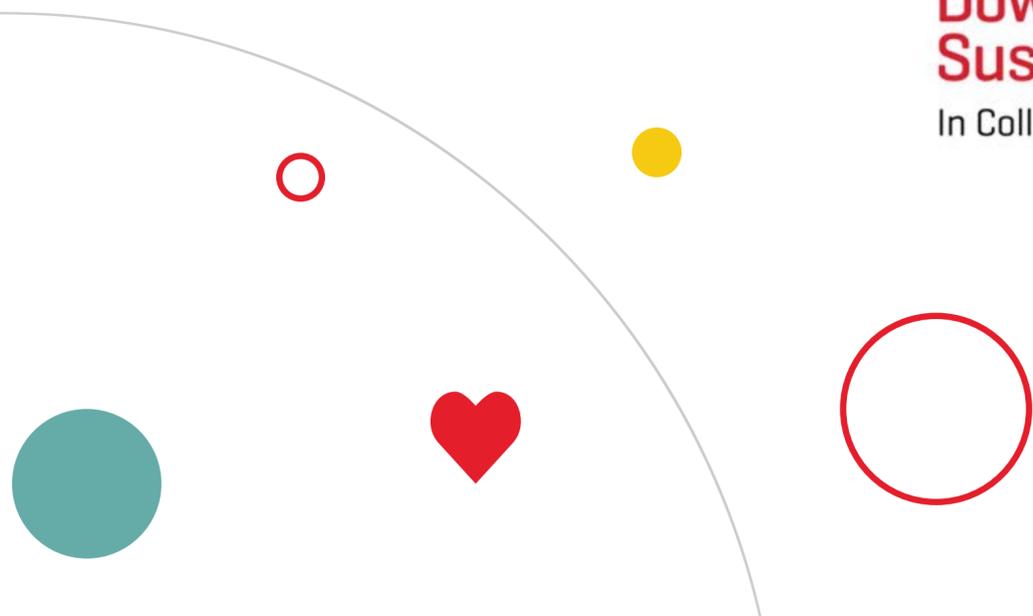
Coca-Cola HBC Srbija predstavlja deo kompanije Coca-Cola Hellenic Bottling Company (u daljem tekstu biće označena kao Coca-Cola HBC Grupa), jedne od najvećih punionica Coca-Cola proizvoda na svetu, sa sedištem u švajcarskom gradu Cug. Coca-Cola HBC Grupa proizvodi više od 100 brendova napitaka, u osam različitih kategorija. Godišnja prodaja Coca-Cola HBC Grupe iznosi preko **2.000.000.000 jedinica**. Coca-Cola HBC posluje u **28 zemalja**, ima **56 punionica**, **98 distributivnih centara**, **19.500 dobavljača**, više od **487.000 kupaca**, a njeni proizvodi stižu do **615.000.000 ljudi** na tri kontinenta. Direktno, Kompanija zapošljava **28.389 osoba**, a indirektno obezbeđuje **374.439 radnih mesta**.

Kompanija Coca-Cola HBC listovana je u sam vrh Londonske berze, što svedoči o njenoj finansijskoj snazi, internacionalnom karakteru biznisa i akcionarske baze, kao i o transparentnim i naprednim praksama korporativnog upravljanja, koje se kontinuirano unapređuju u skladu sa razvojem regulative u Evropskoj uniji, Švajcarskoj i Velikoj Britaniji.

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX 2019.

Prema Dow Jones indeksu održivosti za 2019. godinu, jednom od vodećih globalnih merila održivosti poslovanja, kompanija Coca-Cola HBC rangirana je kao najodrživiji proizvođač napitaka u Evropi. Maksimalan broj poena u 11 kategorija, kao i veliki pomak u drugih devet, doprineli su ukupnom rezultatu od 90 poena, čime je Kompanija osvojila drugo mesto na svetu.

MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM



COCA-COLA HBC SRBIJA

COCA-COLA HBC SRBIJA PROIZVODI, PRODAJE I DISTRIBUIRA, GLOBALNO I LOKALNO, NAJPOZNATIJE BEZALKOHOLNO PIĆE VISOKOG KVALITETA. U SRBIJI, KAO COCA-COLA SISTEM KOJI ČINE KOMPANIJA COCA-COLA I COCA-COLA HBC SRBIJA, PRISUTNI SMO OD 1997. GODINE.

Fabrika za flaširanje Coca-Cola napitka u Zemunu, u ulici Batajnički drum, gde se Coca-Cola proizvodi i danas, počela je sa radom **1968. godine**. Bila je to jedna od prvih punionica koje su otvorene u bivšoj Jugoslaviji, sa jednom proizvodnom linijom za flaširanje boca od 0,25 l u povratnoj staklenoj ambalaži i kapacitetom od **18.000 flaša na sat**.

Kompanija Coca-Cola jeste vlasnik brenda i bavi se proizvodnjom i prodajom koncentrata, sirupa i osnova za napitke svojim partnerskim punionicama, kao što je Coca-Cola HBC, koje proizvode, pakuju, prodaju i distribuiraju finalni proizvod kupcima. Partnerskim odnosom, koji u Srbiji traje više od 50 godina, kombinujemo znanje, resurse i iskustvo kompanije Coca-Cola sa stručnošću Coca-Cola HBC u flaširanju, distribuciji i prodaji, odnosno u izvrsnoj realizaciji na tržištu, kako bismo, kao tim, doprineli stvaranju vrednosti za svoje kupce, potrošače i širu zajednicu.

Coca-Cola HBC Srbija čine punionica u Zemunu sa regionalnim Centrom za sokove i fabrika Vlasinka. Sedište kompanije je u Zemunu, a nakon preseljenja proizvodnih linija iz Subotice u Beograd, od 2016. godine raspolažemo sa dve punionice i tri distributivna centra.

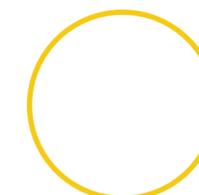
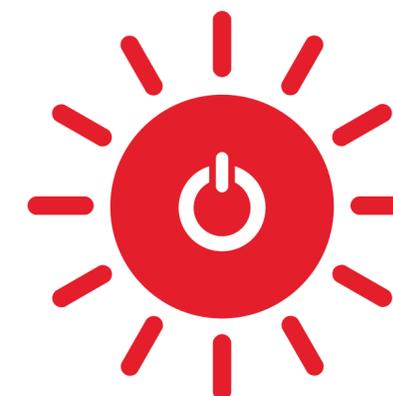
Sa velikim ponosom, Coca-Cola HBC Srbija proizvodi, prodaje i distribuira širok asortiman bezalkoholnih napitaka, uključujući i najprodavanije svetske brendove: Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta, Schweppes i Sprite. U Srbiji, svojim potrošačima nudimo i razne druge vrste gaziranih i negaziranih napitaka (npr. neXt, Fuzetea, AdeZ, Romerquelle, Monster), kao i jedinstvenu flaširanu prirodnu izvorsku vodu – Rosu.

VLASNIČKA STRUKTURA

Coca-Cola HBC Srbija d.o.o., Batajnički drum 14–16, 11080 Beograd, jeste u punom vlasništvu kompanije CC Beverages Holdings II B.V., koja posluje u skladu sa zakonima Holandije, sa sedištem na adresi Motion Building, Radarweg 60, 1043 NT Amsterdam, i koja je registrovana u Privrednoj komori Amsterdama pod registarskim brojem 33298456 (u nastavku teksta CC Beverages Holdings II B.V.).

U punom vlasništvu kompanije 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 pod registarskim brojem 58229906 (u nastavku teksta Coca-Cola HBC Holdings BV) jeste CC Beverages Holdings II B.V.

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



BAMBI – NOVI ČLAN COCA-COLA HBC GRUPE

U junu 2019. godine, Bambi, jedan od vodećih domaćih proizvođača konditorskih proizvoda, i zvanično je postao deo Coca-Cola HBC Grupe. Nakon što je sredinom februara najavljena akvizicija, odobrenjem nadležnih organa ispunjeni su i formalni uslovi da najveći srpski konditor postane deo naše kompanije.

Bambi je preduzeće koje ima dugu tradiciju i koje uspešno posluje. Posvećen potrošačima, inovativnosti, raznovrsnom portfoliju brendova, Bambi duže od 50 godina predstavlja sinonim za kvalitet i uspeh. O Bambiju najbolje govore brendovi, lojalnost potrošača i brojna priznanja, a čuvena Plazma deo je odrastanja mnogih generacija i apsolutno najprepoznatljiviji proizvod u toj kategoriji na srpskom tržištu. Upravo ta snažna veza i poverenje potrošača čine osnovu za dalje ulaganje u kompaniju.

Akvizicija koja za Bambi znači nove razvojne mogućnosti i proširenje, za Coca-Cola HBC predstavlja priliku da se stvore dodatne vrednosti za kompaniju, kupce i akcionare. Navedena akvizicija će portfoliju naše kompanije u Srbiji, koje ujedno čini i jedno od tržišta kompanije Coca-Cola HBC sa najbržim rastom globalno, dodati vodeće domaće tržišne brendove u veoma značajnoj i, pre svega, komplementarnoj kategoriji. Verujemo, takođe, da ta akvizicija nudi mogućnost sinergije u zajedničkim promocijama i komplementarnim inovacijama. Veoma važna vrednost kompanije Bambi jeste i jaka distributivna mreža, uključujući rashladnu distribuciju u kanalima od strateške važnosti, kao što su tradicionalna maloprodaja i HoReCa.

Naš cilj se ogleda u tome da obezbedimo besprekornu integraciju dva biznisa, zadržavajući kompetitivne prednosti Bambija, gradeći ih na ključnim snagama koje Coca-Cola HBC ima na srpskom i drugim relevantnim evropskim tržištima. Iskustvo i kvalitet, poverenje potrošača, ali i spoj sjajnih ljudi, znanja i ekspertiza garantuju da će ujedinjeni Coca-Cola HBC i Bambi tim dosegnuti nove nivoje uspeha.



GROWTH STORY 2025: NAŠ PUT USPEHA

Nova strategija Coca-Cola HBC Grupe Growth Story 2025. lansirana je u januaru 2019. godine. Naša vizija je da budemo vodeći partner u kategoriji napitaka 24 časa dnevno, sedam dana u nedelji.

„**Vodeći**“ znači da težimo da budemo broj jedan po vrednosti udela komercijalnih napitaka, u svakoj zemlji u kojoj poslujemo.

„**24/7**“ predstavlja oživljavanje napitaka kroz proizvodnju, distribuciju, prodaju, aktivaciju i inovaciju našeg unikatnog i raznovrsnog portfolija koji prepoznaje svaku priliku za konzumaciju.

„**Partner u kategoriji napitaka**“ predstavlja odlučnost u rastu za nas i naše kupce, vlasnike brendova, zajednice i akcionare.

Posvećeni smo razvoju svakog kupca i ispunjenju potreba svakog potrošača 24/7, negovanjem predanih i osnaženih timova, ulaganjem u svoje zajednice i brigom o životnoj sredini.

Growth Story strateški okvir zasnovan je i fokusira se na **pet stubova rasta**:



POBEĐUJEMO NA TRŽIŠTU



KORISTIMO SNAGU SOPSTVENOG JEDINSTVENOG 24/7 PORTFOLIJA



PODSTIČEMO RAST RAZVIJANJEM KONKURENTNOSTI I INVESTICIJAMA



NEGUJEMO POTENCIJAL SVOJIH LJUDI



ZAVREĐUJEMO POVERENJE ZAJEDNICE U KOJOJ POSLUJEMO.

**GROWTH
STORY 2025**
NAŠ PUT USPEHA



PRIZNANJA ZA NAŠ USPEH

Na godišnjoj Liderskoj konferenciji Coca-Cola HBC Grupe, koja je održana 5. i 6. februara 2019. godine u Varšavi, naša operacija osvojila je niz priznanja za ostvarene rezultate i uspehe: naše kolege iz sistema snabdevanja i pravne službe proglašene su za najbolje timove u svojim oblastima na nivou Grupe, dok smo u oblastima planiranja, logistike, kvaliteta, bezbednosti na radu i životne sredine (QSE) osvojili drugo mesto. Fabrika Vlasinka proglašena je za treće najbolje postrojenje u Grupi. Kada je reč o odnosima sa kupcima, osvojili smo Customer Preference nagradu i nagradu za zadovoljstvo kupaca, dok je naš tim proglašen za drugi najbolji u Grupi. Brojne nagrade proslavili smo sa svim našim kolegama na događaju koji je tim povodom organizovan u krugu fabrike u Beogradu.



U želji da učvrstimo navedene stubove i omogućimo dalji rast, potrebno je da živimo i negujemo sopstvene vrednosti koje obezbeđuju taj rast i koje su utkane u naše svakodnevno poslovanje:

**NAŠE
VREDNOSTI** »
KOJE OBEZBEĐUJU RAST

**POBEĐUJEMO
SA KUPCIMA**

Mi smo prodajna organizacija posvećena pronalazaženju inovativnih rešenja koja stvaraju zajedničku vrednost

**NEGUJEMO
NAŠE LJUDE**

Verujemo u naše ljude i posvećeni smo individualnom i timskom razvoju

**SAVRŠENSTVO
U SVEMU ŠTO RADIMO**

Težimo nenadmašnom učinku tako što zadivljujemo naše kupce sa svojom posvećenošću i brzinom

INTEGRITET

Uvek radimo ono što je ispravno, a ne samo ono što je lako, i preuzimamo odgovornost za rezultate

**KONTINUIRANO
UČENJE**

Slušamo, prirodno smo radoznali i željni učenja, i osnaženi da preduzimamo pametne rizike

**SVI ZAJEDNO
KAO JEDAN**

Sarađujemo sa agilnošću kako bismo otključali jedinstvenu snagu naših raznolikih timova

EKONOMSKI POKAZATELJI

Coca-Cola Hellenic Srbija 2019.

1. Direktna generisana ekonomska vrednost

Prihodi UKUPNO

Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi **47.147.141**

2. Distribuirana ekonomska vrednost

Operativni troškovi UKUPNO: **41.520.546**

Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO: **3.072.503**

Rashodi u vezi sa obezbeđivanjem kapitala UKUPNO: **100.692**

Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO: **698.507**

Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO: **200.987**

3. Zadržana ekonomska vrednost (investicije, akcije, itd. 1. – 2.) **1.553.906**

*Navedeni podaci dati su u hiljadama RSD i odnose se na 2019. godinu.



STUDIJA DRUŠTVENO EKONOMSKOG UTICAJA COCA-COLA SISTEMA U SRBIJI

Coca-Cola Sistem od 2011. godine izveštava o svojim društveno-ekonomskim uticajima, izradom studije koja na precizan način prikazuje direktan i indirektan uticaj kompanije na domaću privredu i zajednicu. Studija se izrađuje sa ciljem da se proceni doprinos Coca-Cola Sistema domaćoj privredi na osnovu zapošljavanja, prihoda i poreza. Autori studije su profesor Itan B. Kapstajn i Steward Redqueen (strateška konsultantska kompanija koja se bavi izradom poslovnih studija za potrebe društva).

Poslednja studija predstavljena je 2017. godine, a naredna, koja će obuhvatiti i akviziciju kompanije Bambi 2019. godine, planirana je za 2020.

Polaznu tačku za analizu predstavlja krajnja potrošnja Coca-Cola proizvoda koja u finansijskom smislu može da se prati u celoj privredi: kada potrošač kupi flašu Coca-Cola napitka u supermarketu, deo novca koji potroši predstavlja maržu za prodajno mesto, deo pripada distributeru koji je prevezao proizvod od proizvodnog pogona do prodajnog mesta, a deo pripada Coca-Cola punionici. Pomenute strane nabavljaju robu i dobijaju usluge od dobavljača, plaćaju zarade i poreze, ulažu i ostvaruju dobit.



Glavni zaključci studije predstavljene 2017. godine pokazuju da Coca-Cola Sistem znatno doprinosi srpskoj privredi, tako što ostvaruje:

- 1 **29.000.000 EVRA** DIREKTNE DODATE VREDNOSTI
- 2 **225.000.000 EVRA** DODATE VREDNOSTI U CELOJ PRIVREDI, ŠTO IZNOSI NEPUN PROCENAT (0,7) UKUPNOG BDP-A
- 3 NA SVAKI EVRO DODATE VREDNOSTI U COCA-COLA SISTEMU DOLAZI JOŠ SEDAM EVRA DODATE VREDNOSTI U ŠIROJ PRIVREDI
- 4 SISTEM DIREKTNO ZAPOŠLJAVA **1.000 LJUDI** I PODRŽAVA JOŠ **10.700 RADNIH MESTA** ŠIROM SVOG LANCA VREDNOSTI, UKUPNO **11.700 RADNIH MESTA**, ŠTO IZNOSI NEŠTO VIŠE OD POLOVINE PROCENTA (0,6) RADNE SNAGE U SRBIJI
- 5 PRODAJA COCA-COLA NAPITAKA PODRŽAVA **5.300 RADNIH MESTA** KOD DIREKTNIH TRGOVINSKIH PARTNERA SISTEMA, I JOŠ **2.500 RADNIH MESTA** KOD DOBAVLJAČA TRGOVACA
- 6 SVAKO RADNO MESTO U COCA-COLA SISTEMU PODRŽAVA **11 INDIREKTNIH RADNIH MESTA** U ŠIROJ PRIVREDI.

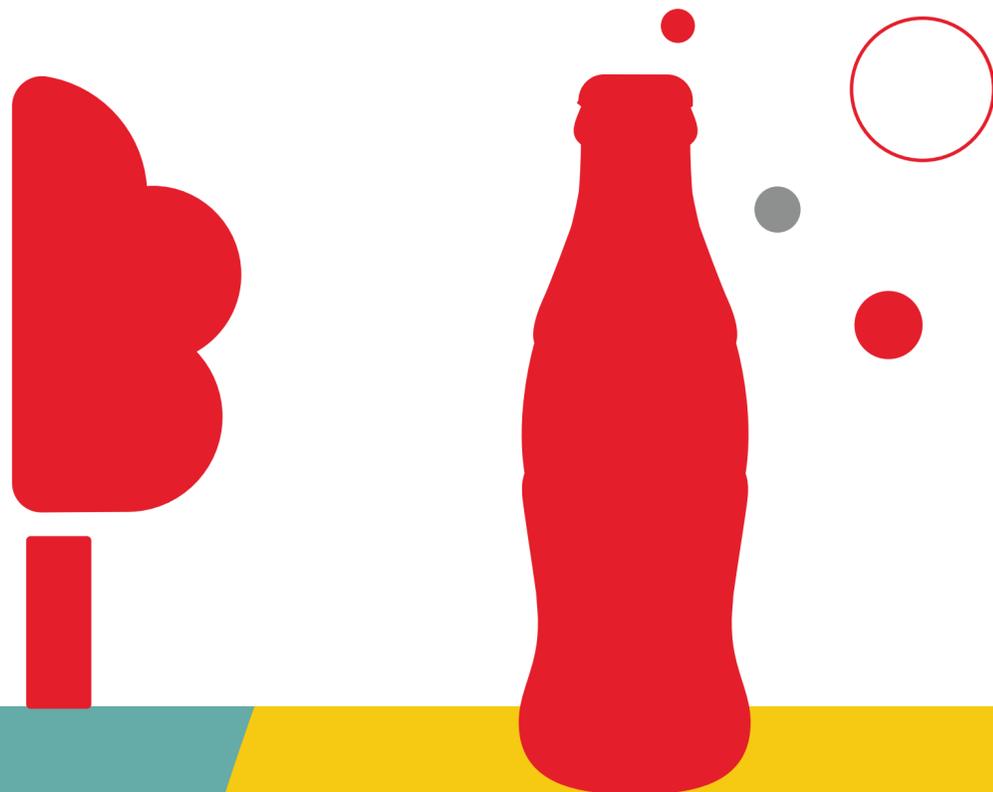


MISIJA ODRŽIVOST 2025

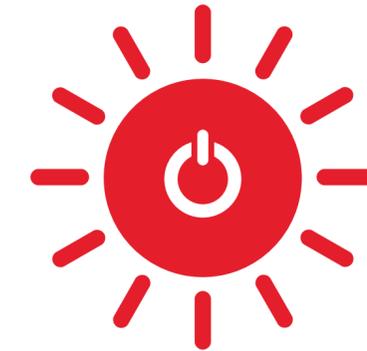
Naši ciljevi održivosti do 2025. godine, usvojeni na nivou Coca-Cola HBC Grupe, zasnivaju se na skupu ciljeva za 2020. godinu, a takođe su usklađeni sa globalnom agendom Coca-Cola kompanije za 2030. godinu „Svet bez otpada“, kreirajući zajedničku, sistemsku viziju. Ciljevi za 2025. godinu su izazovni, ali ostvarivi, osmišljeni tako da osiguraju da zadržimo leadersku poziciju u oblasti održivosti.

Ciljevi su usmereni na oblasti koje će najefikasnije stvoriti održivu vrednost za naše poslovanje, dok brinemo o pitanjima koja su najvažnija našim zainteresovanim stranama, od industrije i društva, do naših zaposlenih i naših akcionara. Takođe su prilagođeni regulatornim i regionalnim razlikama između zemalja u kojima Grupa posluje.

Novi ciljevi održivosti predstavljaju i promenu naše strategije ulaganja u zajednicu, prebacivanjem fokusa sa investicije na uticaj i efekte koje kreiramo. Od 17 novih ciljeva, 6 ključnih odnose se na šest najvažnijih tema održivosti za naše poslovanje i naše zainteresovane strane. Oni se tiču smanjenja emisija, korišćenja vode i upravljanja vodnim resursima, kao i naše vizije Svet bez otpada, i naših ljudi - posebno mladih i žena. Preostalih 11 ciljeva upotpunjuju 6 ključnih, rešavajući probleme specifičnijih ciljnih grupa.



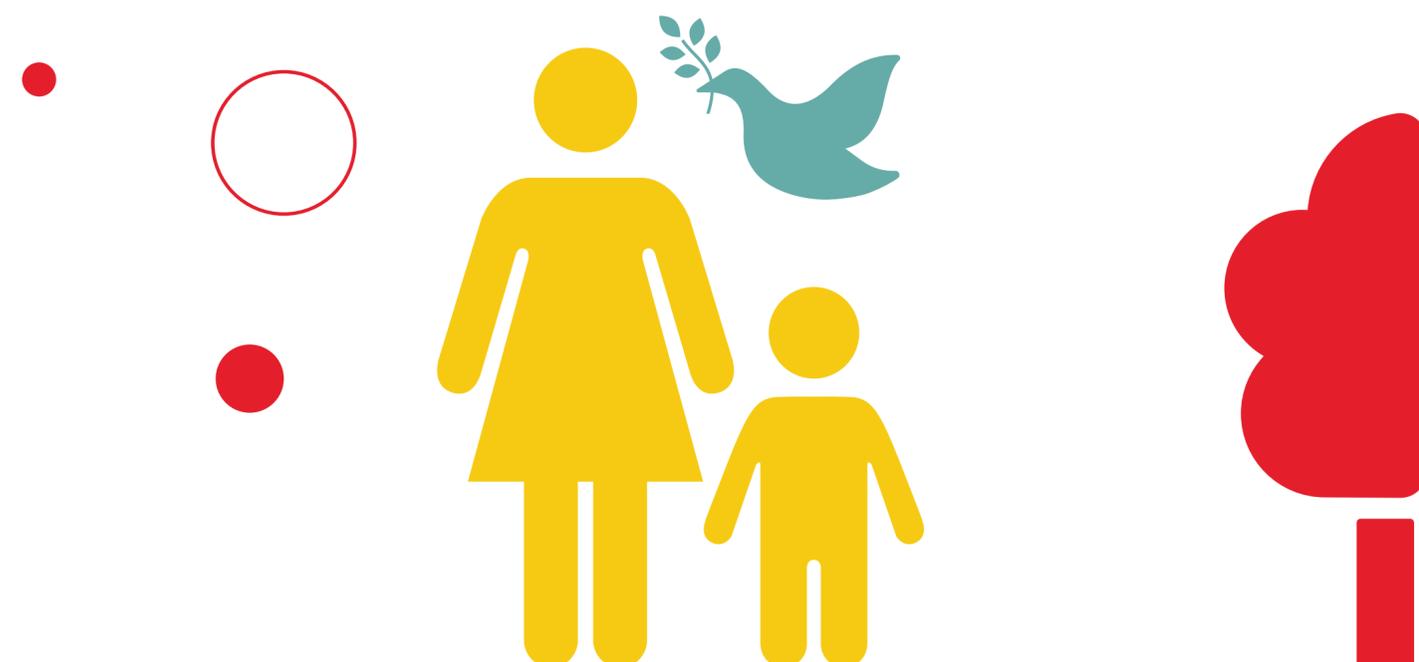
UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA



NAŠI CILJEVI ODRŽIVOSTI DO 2025. GODINE

OBLAST ODRŽIVOSTI	MATERIJALNE TEME	UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	TARGET 2025.
Klima i obnovljiva energija	<ul style="list-style-type: none"> Unapređenje energetske efikasnosti Smanjenje emisija 	    	<ul style="list-style-type: none"> Smanjenje direktnih CO² emisija u našim operacijama za 30% 50% energetski efikasnih rashladnih uređaja u objektima naših kupaca 50% ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora 100% električne energije u našim fabrikama u EU i Švajcarskoj iz obnovljivih i čistih izvora
Potrošnja i upravljanje vodom	<ul style="list-style-type: none"> Zaštita vodenih resursa Efikasna upotreba vode 	     	<ul style="list-style-type: none"> Smanjenje potrošnje vode u fabrikama lociranim u rizičnim vodnim područjima za 20% 100% obezbeđena dostupnost vode u svim našim zajednicama u rizičnim vodnim područjima
Svet bez otpada	<ul style="list-style-type: none"> Održiva ambalaža Recikliranje Efikasno upravljanje otpadom 	     	<ul style="list-style-type: none"> Pomoć u prikupljanju 75% ekvivalenata naše primarne ambalaže 35% ukupne PET ambalaže napravljeno od recikliranog PET-a i/ili od PET-a od obnovljivih materijala 100% potrošne ambalaže će moći da se reciklira
Odgovorno snabdevanje	<ul style="list-style-type: none"> Kvalitet i integritet proizvoda Ljudska prava i uticaji na društvo Uticaj na životnu sredinu Ekonomski uticaj 	   	<ul style="list-style-type: none"> 100% ključnih poljoprivrednih sastojaka nabavljeno u skladu sa principima održive poljoprivrede

OBLAST ODRŽIVOSTI	MATERIJALNE TEME	UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	TARGET 2025.
Ishrana	<ul style="list-style-type: none"> Kvalitet i integritet proizvoda Zdravlje potrošača Odgovoran marketing 	 	<ul style="list-style-type: none"> Smanjenje broja kalorija u gaziranim napicima za 25% na 100 ml proizvoda
Naši ljudi i zajednice	<ul style="list-style-type: none"> Ljudska prava, poštovanje različitosti i inkluzija Dobrobit i uključivanje zaposlenih Razvoj zajednice i osnaživanje mladih Ambalaža, recikliranje i upravljanje otpadom Ekonomski uticaj 	        	<ul style="list-style-type: none"> Smanjenje potrošnje vode u fabrikama lociranim u rizičnim vodnim područjima za 20% 100% obezbeđena dostupnost vode u svim našim zajednicama u rizičnim vodnim područjima



MATERIJALNE TEME

Stalni dijalog sa našim internim i eksternim zainteresovanim stranama neophodan je kako bismo adekvatno identifikovali relevantna ekonomska i društvena pitanja, ali i pitanja koja su u vezi sa zaštitom životne sredine na koja treba da usmerimo svoju pažnju. Pored toga, konsultovanje zainteresovanih strana ključno je i za razvijanje najefikasnijih pristupa tim pitanjima.

Osim dijaloga sa zainteresovanim stranama, za identifikaciju materijalnih pitanja oslanjamo se i na sopstveni poslovni model, i na osnovu ta dva okvira definišemo ishode i rezultate koje želimo da postignemo, kako bismo stvorili vrednost za sve zainteresovane strane – u kratkom, srednjem i dužem roku.

Nastojimo, takođe, da upravljamo svojim materijalnim temama u okviru novih UN ciljeva održivog razvoja, koji nam služe kao širi okvir i daju širi kontekst našim aktivnostima. Doprinos koji dajemo konkretnim ciljevima detaljnije je opisan u narednim poglavljima ovog izveštaja.

Sustainability Forum 2019.

U aprilu 2019. godine Coca-Cola HBC Srbija organizovala je svoj prvi Sustainability Forum, sa ciljem da informiše partnere i zainteresovane strane o postignutim rezultatima u oblasti održivosti, kao i da čuje povratne informacije o aktivnostima i planovima i da razmeni mišljenja o najvažnijim pitanjima održivosti i potencijalu za uspostavljanje partnerstava. Forum je okupio 35 učesnika iz poslovnog i civilnog sektora, poslovnih udruženja, državnih i međunarodnih institucija, koji su učesćem u tri panela diskutovali o temama „Svet bez otpada“, „Energetska efikasnost“ i „Doprinos zajednici“.

Glavni zaključci panela „Svet bez otpada“ odnosili su se na neophodnost saradnje svih sektora, kako bi se unapredio sistem prikupljanja i recikliranja ambalažnog otpada. Posebno je istaknuta potreba za podizanjem svesti građana o recikliranju i promeni svakodnevnih navika, kao i za dugoročnom stabilnošću regulatornog okvira za tu oblast.

Kada je reč o energetskej efikasnosti istaknuta je potreba za investicijama u nove tehnologije, koje, iako na početku zahtevaju značajna sredstva, dugoročno doprinose smanjenju troškova. Identifikovana je, pored toga, potreba za razmenom znanja, dobrih praksi i izazova između kompanija, kao i za edukacijom zaposlenih, koji imaju ključnu ulogu u uspešnoj primeni preduzetih inicijativa.

Panel posvećen doprinosu zajednici doneo je sledeće zaključke: pored posvećenosti pojedinačnih kompanija društvenoj odgovornosti i brojnih aktivnosti, potrebno je i okupljanje kompanija i organizacija oko zajedničkih ciljeva, odnosno tema koje su najznačajnije za društvo. Kada je reč o podršci države, prostor za unapređenje identifikovan je u oblasti oporezivanja donacija.

Zaposleni



Zajednica i životna sredina



Potrošači



Coca-Cola kompanija



Kupci



Deoničari



UKLJUČIVANJE ZAINTERESOVANIH STRANA – STVARAMO I DELIMO VREDNOST

Strateški pristup održivosti koji primenjujemo podrazumeva uključivanje svih naših zainteresovanih strana – zaposlenih, kupaca, potrošača, dobavljača i zajednice. Negovanjem stalnog dijaloga, koji čini sastavni deo naših poslovnih aktivnosti, sagledavamo potrebe i očekivanja svojih zainteresovanih strana koje uvažavamo i imamo u vidu prilikom razvoja strategija i planova, i pružamo relevantne informacije o svom poslovanju. Pregled uključivanja zainteresovanih strana dat je u tabeli, dok su mehanizmi komunikacije i najvažnije aktivnosti detaljno predstavljeni u narednim poglavljima.

ZAINTERESOVANA STRANA	KLJUČNE TEME	CILJ UKLJUČIVANJA	STUB NAŠEG RASTA
ZAPOSLENI 	<ul style="list-style-type: none"> Nagrađivanje naših ljudi Stvaranje najboljih timova, kroz obuke i motivisanje zaposlenih 	Ulaganje u stručnost i motivisanost naših ljudi čini da zajedno napredujemo	4 Negujemo potencijal naših ljudi
ZAJEDNICA 	<ul style="list-style-type: none"> Zaštita vodenih resursa Ambalažni otpad Oснаživanje mladih 	Oснаžujemo zajednice, doprinosimo javnom dobru i očuvanju životne sredine, što nas čini lokalnom kompanijom i obezbeđuje poverenje naših zajednica	5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

ZAINTERESOVANA
STRANA

KLJUČNE TEME

CILJ UKLJUČIVANJA

STUB NAŠEG RASTA

POTROŠAČI



- Širok asortiman i visok kvalitet proizvoda

Razumevanjem potreba doprinosimo održivosti svog poslovanja

1 Pobeđujemo na tržištu

5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

KUPCI



- Identifikacija proizvoda, kanala i drugih prilika za rast i kreiranje vrednosti za naše kupce i za kompaniju
- 24/7 portfolio napitaka, koji prati razvoj potreba naših potrošača

Pomažemo kupcima da povećaju prodaju, kreirajući zajedničku vrednosti

1 Pobeđujemo na tržištu

2 Koristimo snagu svog jedinstvenog 24/7 portfolija

DOBAVLJAČI



- Rast cena sirovina, rada, ambalažnog materijala, energije i vode
- Smanjenje uticaja na životnu sredinu

Delimo znanje i ekspertizu, partnerski pronalazeći načine da resurse upotrebljavamo na najefikasniji način, smanjujući pritom troškove za svoju kompaniju i obezbeđujući zdrav i održiv lanac nabavke

3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije

5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

ORGANIZACIJE
CIVILNOG DRUŠTVA

- Upotreba prirodnih resursa
- Smanjenje ambalažnog otpada
- Transparentno korporativno upravljanje
- Ljudska prava i inkluzija

Pažljivo pratimo i uzimamo u obzir ekspertizu organizacija u oblastima od značaja za održivost našeg poslovanja

5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

ZAINTERESOVANA
STRANA

KLJUČNE TEME

CILJ UKLJUČIVANJA

STUB NAŠEG RASTA

AKCIONARI



- Kvalitetno i efektivno upravljanje
- Profitabilnost i potencijal rasta našeg poslovanja

Obezbeđujemo jake održive prihode i dividende, i puno razumevanje strategije, operativnih i finansijskih učinaka kompanije

- 1 Pobeđujemo na tržištu
- 2 Koristimo snagu svog jedinstvenog 24/7 portfolija
- 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

DRŽAVNE
INSTITUCIJE

- Javne politike od značaja za sektor industrije napitaka (oporezivanje, zaštita životne sredine, zdravlje potrošača i javno zdravlje)

Transparentno komuniciramo svoje stavove donosiocima odluka, u vezi sa pitanjima od značaja za naše poslovanje

- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

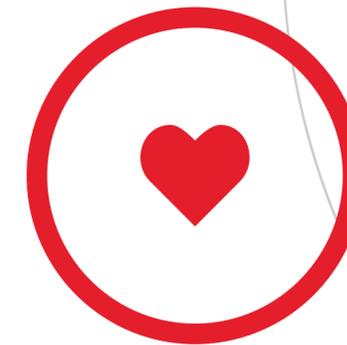
COCA-COLA
KOMPANIJA

- Prilike za profitabilan rast
- Zajednička vrednost na tržištu
- Održiva nabavka

Ulaganje u sopstveno poslovanje i besprekorna egzekucija osigurava plodno partnerstvo i u budućnosti

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

NOVE POLITIKE O KVALITETU, BEZBEDNOSTI I ŽIVOTNOJ SREDINI



Nedelja održivog razvoja

Nedelja održivog razvoja već predstavlja deo tradicije, održana je u junu 2019. godine, peti put po redu. Zaposleni su, učešćem u nizu aktivnosti, imali priliku da osveže i unaprede svoja znanja o temama iz oblasti održivosti: efikasne upotrebe resursa sa ciljem zaštite životne sredine, bezbedne vožnje i kvaliteta proizvoda. U okviru Nedelje održivog razvoja predstavljen je i lokalni Izveštaj o održivosti Coca-Cola HBC Srbija za 2018. godinu.

Sa ciljem usklađivanja sa novom strategijom Growth Story 2025, i sa novim ciljevima održivosti do 2025. godine, tokom 2019. ažurirali smo interne politike koje se odnose na kvalitet i bezbednost hrane, bezbednost i zdravlje na radu, i zaštitu životne sredine.

Posvećeni smo vođenju svog poslovanja kontinuiranim razvojem QSE kulture (Quality, Safety, Environment) u celoj organizaciji, koja predstavlja okvir koji će obezbediti da rastemo na pravilan i održiv način.

Kvalitet (Quality): O kvalitetu i bezbednosti hrane se ne može pregovarati – uvek težimo izvrsnosti.

Bezbednost (Safety): Zdravlje i bezbednost su najvažniji za naše ljude, i mi smo posvećeni tome da budemo najbolji u toj oblasti.

Životna sredina (Environment): Briga o životnoj sredini je važnija nego ikada do sada i usklađena je sa vizijom „Svet bez otpada“ (World Without Waste) Coca-Cola Sistema.

Relevantne interne politike detaljnije su predstavljene u narednim poglavljima.



Liderstvo u udruženim inicijativama

Budući da smo lideri u oblasti održivosti, aktivnostima u poslovnim udruženjima preuzimamo inicijativu za deljenje iskustva i najboljih praksi, ali preuzimamo i odgovornost za motivisanje drugih kompanija da razvijaju održiv pristup poslovanju i partnerstvo sa lokalnim zajednicama.

Coca-Cola HBC Srbija je aktivna članica poslovnih udruženja koja su usmerena na promociju i razvoj društveno odgovornih praksi: Foruma za odgovorno poslovanje, gde smo član Upravnog odbora, Predsedništva udruženja, i član radne grupe za zapošljivost, zatim udruženja Globalni dogovor, kao i NALED-a, u kome smo takođe član Upravnog odbora, kao i Saveza za fer konkurenciju i Saveza za hranu i poljoprivredu. Pored toga, Coca-Cola HBC Srbija jeste jedna od članica – pokrovitelja Američke privredne komore u Srbiji, kao i jedan od osnivača i članica Upravnog odbora Sekopak udruženja.

UPRAVLJANJE

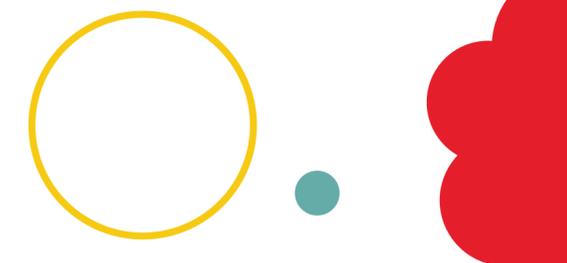
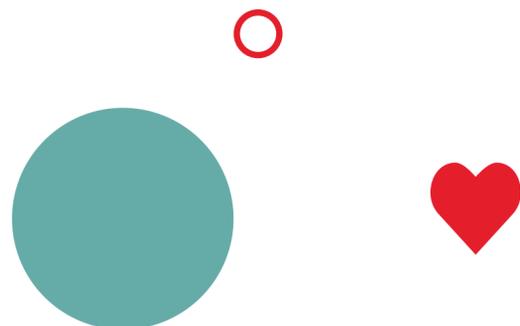
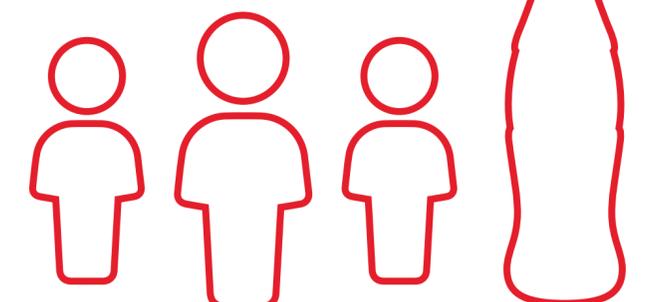
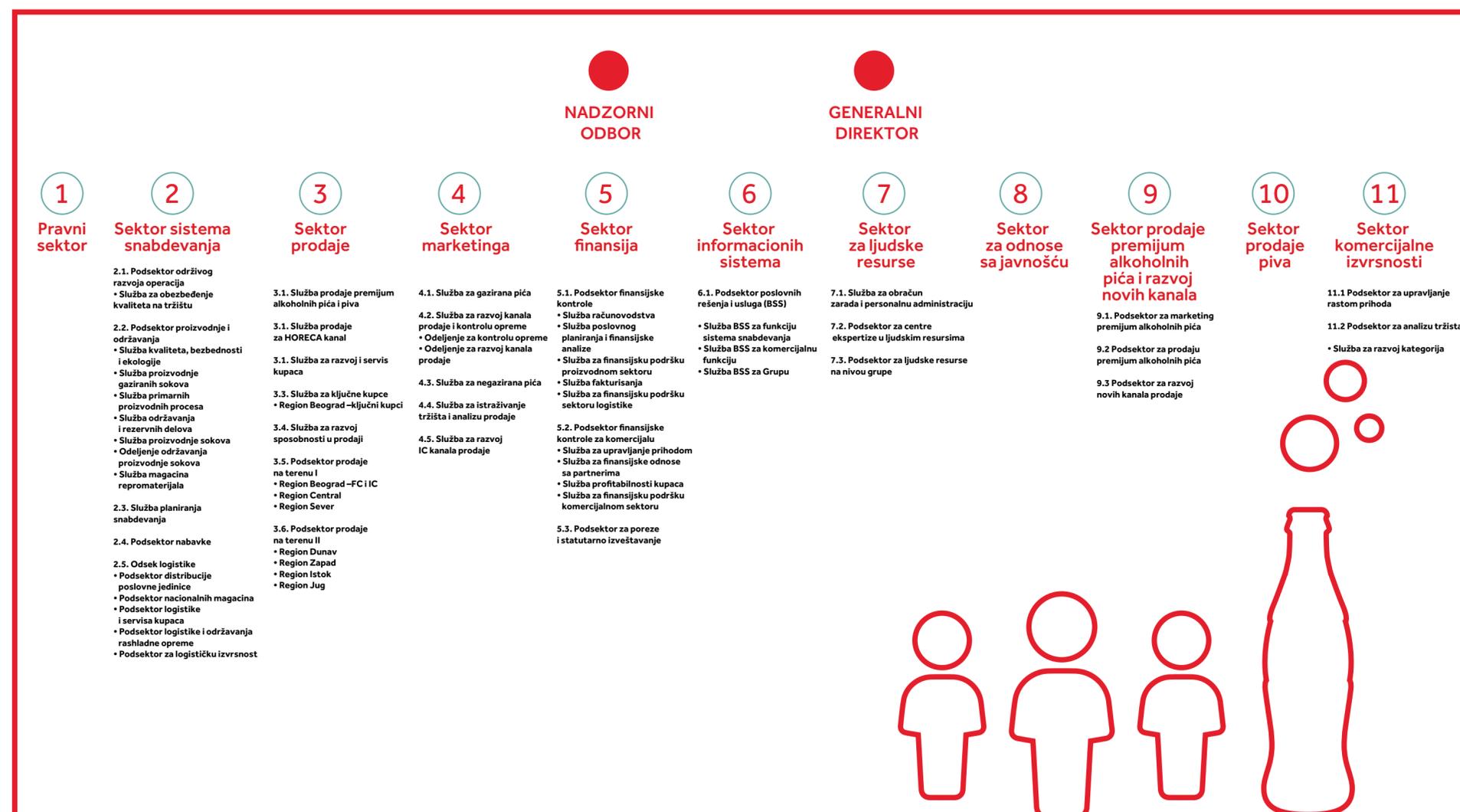
U Coca-Cola HBC potpuno smo posvećeni sprovođenju svih svojih poslovnih aktivnosti sa integritetom i poštovanjem. Posvećenost stvaranju i negovanju kulture integriteta dodatno izgrađuje našu reputaciju poštovanog korporativnog građanina dostojnog poverenja. Praksa korporativnog upravljanja u Coca-Cola HBC Srbija zasnovana je na iskustvima Coca-Cola HBC Grupe, koja prati učinak i unapređuje upravljačke modele na osnovu iskustava u poslovanju u različitim ekonomskim i regulatornim okruženjima, na tri kontinenta.

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 u procesu ocenjivanja individualnog učinka u odnosu na postavljene godišnje ciljeve. Pomenuti ciljevi podeljeni su na sledeće ključne oblasti: biznis i finansije, menadžment, razvoj ljudi, rast i inovativnost, liderstvo, međuljudski odnosi i korporativna društvena odgovornost. Godišnji bonusi povezani su sa ostvarenjem ciljeva u navedenim ključnim oblastima.

Odgovornosti u vezi sa održivim poslovanjem i društvenom odgovornošću podeljene su između Službe za održivi razvoj, koja se nalazi u okviru sistema snabdevanja i odgovara direktoru sistema snabdevanja koji predstavlja deo najvišeg menadžmenta, i saradnika za društvenu odgovornost koji odgovara direktoru za komunikacije i odnose sa javnošću, koji, takođe, čini deo najvišeg menadžmenta kompanije.

ORGANIZACIONA ŠEMA 2019.



UPRAVLJANJE RIZICIMA

Upravljanje rizikom pomaže nam da budemo spremni na neizvesnosti u poslovanju i da se suočimo sa njima, reagujući na pravi način. Neizvesnosti se na poslovanje mogu odražavati pozitivno ili negativno, i neophodno je da razumemo kako da se ophodimo u oba slučaja. Jedino iskorišćavanjem mogućnosti i upravljanjem negativnim posledicama možemo da ostanemo otporni kao kompanija i istovremeno obezbedimo rast. Kombinovanjem proaktivnih i reaktivnih mera koje nam omogućavaju da uvek ostanemo korak ispred potencijalnih geopolitičkih, ekoloških, društvenih, tehnoloških i ekonomskih rizika to i postižemo.

Na nivou celokupnog poslovanja, koristimo najširi pristup upravljanja rizikom, sa procesima koji obezbeđuju doslednost u načinu na koji prepoznamo, analiziramo i reagujemo na rizike. Rizike razmatramo i ocenjujemo u nastojanju da razumemo kako pozitivne tako i negativne aspekte aktivnosti koje želimo da sprovedemo i pripremimo planove za nepredviđene situacije. Razumevanje rizika na taj način omogućava nam da upravljamo izloženošću rizicima, tako da možemo da upravljamo i negativnim posledicama i da se izlažemo u meri koja nam omogućava da efikasno sledimo sopstvene strateške ciljeve i da rastemo.

Sektor finansija je, unutar lokalne operacije, zadužen za upravljanje rizicima i rezilijentnost poslovanja i odgovoran je za realizaciju tih mera. Budući, međutim, da je za efikasno upravljanje rizicima neophodna stalna međusektorska saradnja, svi naši zaposleni, u svim zemljama i na svima pozicijama, imaju obavezu da proaktivno učestvuju u traženju i identifikovanju rizika, kao i da predlažu relevantne planove za njihovu kontrolu i ublažavanje. Uz to, pripadnost **Coca-Cola HBC** Grupi omogućava nam da iskustva sa drugih tržišta koristimo za proaktivno upravljanje rizicima.

Naš program upravljanja incidentima i rešavanja kriznih situacija, takođe poznat kao IMCR, vrlo je važan u ovom kontekstu, jer sledeći naše procese upravljanja kriznim situacijama možemo brzo da rešimo incidente i sprečimo ih da prerastu u krizu. S obzirom na to da je svaki proces proizvodnje nesavršen, uprkos najvišim standardima, incidenti predstavljaju sastavni deo poslovanja svake kompanije. Uz to, našu osetljivost za incidente povećava i činjenica da imamo veliki udeo na tržištu, odnosno da su naši proizvodi prisutni u svim domovima. Novi nacionalni **IMCR Core Team** oformljen je tokom 2019. godine i čine ga: direktor pravne službe za Srbiju i Crnu Goru, koji je i nacionalni IMCR koordinator, zatim lider za bezbednost, direktor održivog razvoja operacija, direktor za odnose sa javnošću i komunikacije i direktor za odnose sa javnošću i komunikacije kompanije Coca-Cola.



KODEKS POSLOVNOG PONAŠANJA

Kodeks poslovnog ponašanja potvrđuje predanost naše kompanije da posluje 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, pozivajući se, takođe, i na druge politike i smernice kompanije. U 2019. godini Kodeks je unapređen, sa ciljem da sažetim i lako razumljivim jezikom, govori o stvarnim izazovima sa kojima se zaposleni 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 ponaša u skladu sa principima Kodeksa. Nepostupanje u skladu sa Kodeksom tretira se veoma ozbiljno i može dovesti do disciplinskog postupka, a u krajnjem ishodu i do otkaza.

Kodeksom poslovnog ponašanja obuhvaćen je integritet u kompaniji (međusobna saradnja, kvalitet proizvoda, zdravlje i bezbednost na radu, poslovna i finansijska dokumentacija, imovina kompanije, korišćenje informacija, sukob interesa), kao i integritet u zajednici (saradnja sa državnim službenicima, saradnja sa kupcima, dobavljačima i potrošačima, saradnja sa konkurencijom, zaštita životne sredine). Apsolutno, svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Kodeks i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama. 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 ljudskih resursa 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. U 2019. godini, kao i prethodnih godina, obuku su uspešno završili svi novozaposleni, dok su ostali zaposleni imali on-lajn trening, kao obnovu znanja o toj temi.

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.

Kodeks poslovnog ponašanja se, osim zaposlenima, dostavlja i svim poslovnim partnerima kompanije, a takođe je i javno dostupan na našoj veb-stranici: <http://rs.coca-colahellenic.com/rs/o-nama/politike/>.



ANTIKORUPCIJA I SPREČAVANJE SUKOBA INTERESA

Pored Kodeksa poslovnog ponašanja, koji daje osnovne smernice u svim najvažnijim oblastima svakodnevnog poslovanja, antikorupcijske procedure posebno su definisane **Pravilnikom o sprečavanju korupcije i usklađenosti poslovanja**. Pravilnik propisuje zahteve kompanijske politike i procedure sa ciljem obezbeđivanja usklađenosti sa važećim zakonima o sprečavanju korupcije. Svi definisani zahtevi ilustrovani su odgovarajućim primerima situacija do kojih može doći u svakodnevnom poslovanju.

Navedeni 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.

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 kako 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. Kolektivnim ugovorom je definisano da zaposlenom može biti izrečena disciplinska mera predviđena zakonom, ukoliko povrede Pravilnik o sprečavanju korupcije, uključujući i otkaz ugovora o radu.

Od 2017. godine, svi zaposleni, kao i svi članovi najvišeg upravljačkog tela, jednom godišnje imaju elektronsku obuku o antikorupcijskim politikama kompanije. Obuke se sprovode u dve forme: kao klasični treninzi i kao e-kursevi. Obuka je sprovedena sa ciljem da se zaposleni upoznaju sa pravilima antikorupcijske politike kompanije. Sadržaj treninga je obuhvatao prezentaciju pravila i primenu pravila na konkretnim primerima iz prakse. Uz to, opšti program orijentacije, koji je obavezan za sve novozaposlene, sadrži i obuku o antikorupcijskim politikama i procedurama, a u toku 2019. godine 104 zaposlene osobe prošle su taj program. Analiza rizika od korupcije sprovodi se u svim sektorima kompanije, a finansije i nabavka su u Pravilniku identifikovane kao posebno rizične oblasti, te su osnovni principi antikorupcijske politike sadržani i u Vodećim principima za dobavljače, koji su sastavni deo ugovora sa dobavljačima. Pravilnik se dostavlja svim poslovnim partnerima i javno je dostupan na našoj veb-stranici: <http://rs.coca-colahellenic.com/rs/o-nama/politike/>.

Tokom 2019, kao i prethodnih godina, nije bilo potvrđenih slučajeva korupcije, niti javnih postupaka pokrenutih protiv kompanije ili zaposlenih.

ZAŠTITA KONKURENCIJE

Imajući u vidu snagu naše kompanije na tržištu, kao i snagu naših brendova, Coca-Cola HBC Srbija poklanja veliku pažnju zaštiti konkurencije i sprovodi 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 i našu kompaniju od nedozvoljenih akcija drugih učesnika na tržištu.

Za svakog našeg zaposlenog obezbeđen je primerak **Pravilnika o zaštiti konkurencije**, a od svih zaposlenih se očekuje da taj pravilnik pročitaju i da se ponašaju u skladu sa donetim pravilima.

Rešenjem od 4. decembra 2014. godine navedeno je da je utvrđena činjenica da kompanija Coca-Cola HBC Srbija ima dominantni položaj na tržištu (što po Zakonu o zaštiti konkurencije ima svaki učesnik čiji udeo na tržištu doseže 40 procenata), ali da nisu pronađeni nikakvi dokazi o tome da je kompanija takav položaj zloupotrebila na bilo koji način, čime je obustavljen postupak pred Komisijom za zaštitu konkurencije. Tokom 2019. nije bilo postupaka koji su u toku ili su završeni, a u vezi su sa ponašanjem koje je suprotno slobodnoj tržišnoj konkurenciji.





TRŽIŠTE

Upravljanje kvalitetom proizvoda / Zdravlje potrošača / Dodatna vrednost za kupce





PRIORITETNE OBLASTI:

- UPRAVLJANJE KVALITETOM PROIZVODA
- ZDRAVLJE POTROŠAČA
- DODATA VREDNOST ZA KUPCE
- ODRŽIVI SISTEM SNABDEVANJA

KLJUČNI POKAZATELJI:

- PROCENA ZDRAVSTVENIH I BEZBEDNOSNIH UTICAJA KATEGORIJA PROIZVODA
- ZAHTEVI U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA
- UDEO POTROŠNJE NA LOKALNE DOBAVLJAČE
- PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA U VEZI SA UTICAJIMA NA ŽIVOTNU SREDINU I DRUŠTVO

DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



VODEĆI PARTNER U KATEGORIJI NAPITAKA 24/7

Našom „route-to-market“ strategijom želimo da osiguramo da odgovarajući napici uvek budu dostupni na pravim mestima prodaje, u odgovarajućim pakovanjima i količinama, u pravo vreme i po odgovarajućoj ceni. Kreiramo vrednost za kupce i potrošače stalnim unapređivanjem našeg portfolija i razvijanjem partnerskih odnosa sa kupcima, kako bismo osigurali da proizvodi do kupaca dospeju brže i efikasnije.

Pristup „24/7“ podrazumeva oživljavanje napitaka kroz proizvodnju, distribuciju, prodaju, aktivaciju i inovaciju našeg unikatnog i raznovrsnog portfolija koji prepoznaje svaku priliku za konzumaciju. Naš pristup tržištu je sve više segmentiran, kako bi se iskoristio pun potencijal ne samo svakog kanala, već i svakog mesta prodaje.

Portfolio proizvoda naše kompanije je najširi i najfleksibilniji u industriji napitaka, pružajući potrošačima izbor koji će odgovoriti na njihove potrebe u svako doba dana. Životni stilovi i navike potrošača se menjaju, a sa njima se razvija i naš portfolio, koji obuhvata brendove, pakovanja i kategorije proizvoda za svaku priliku.

Visok kvalitet proizvoda jeste ključan za naše poslovanje, ali i za održavanje odnosa poverenja sa kupcima i potrošačima. Upravo zato, pored zakonskih propisa, poštujemo i druge striktno interne i eksterne standarde koji se odnose na bezbednost hrane. Pružamo jasne i korisne informacije o sastavu i nutritivnoj vrednosti proizvoda, uključujući deklaraciju sa kalorijskim vrednostima na prednjoj strani ambalaže.

Neprekidno radimo na usavršavanju procesa u domenu distribucije proizvoda, kao i na negovanju odnosa poverenja sa svojim dobavljačima.

Naši interni standardi koji se odnose na odgovornost za proizvod podrazumevaju.

- Politiku kvaliteta i bezbednosti prehrambenih proizvoda
- Coca-Cola sistem upravljanja kvalitetom
- Globalnu politiku o obeležavanju proizvoda – postavljanju deklaracije na prednju stranu proizvoda i uputstvo za dnevni unos kalorija
- Politiku upotrebe genetski modifikovanih materija
- Politiku zdravlja i zdravog života potrošača
- Politiku odgovornog marketinga
- Politiku odgovornog marketinga alkoholnih pića
- Vodeće principe za dobavljače



UPRAVLJANJE KVALITETOM PROIZVODA

Bezbednost i kvalitet proizvoda jesu predmet opsežnih internih i eksternih kontrola, kao i preventivnih aktivnosti. Pored poštovanja važeće zakonske regulative Srbije u oblasti proizvodnje napitaka, **Coca-Cola HBC Srbija** pridržava se i brojnih globalnih standarda kvaliteta: sistema za upravljanje kvalitetom ISO 9001 i sistema za upravljanje bezbednošću hrane ISO 22000, PAS 220, PAS 223, FSSC 22000. Budući da činimo deo Coca-Cola kompanije, primenjujemo i interne specijalizovane TCCC KORE zahteve uspostavljene na globalnom nivou – koji obuhvataju kvalitet i bezbednost proizvoda, zaštitu životne sredine i zaštitu na radu.

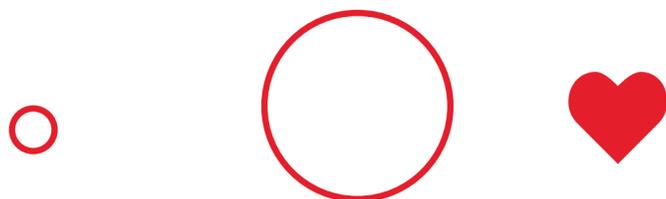
Unapređenje uticaja naših proizvoda na zdravlje i bezbednost ocenjuje se u svim fazama životnog ciklusa proizvoda: razvoj koncepta, istraživanje i razvoj, atestiranje, izrada i proizvodnja, marketing i promocija, skladištenje, distribucija, nabavka, upotreba i održavanje, odlaganje, ponovna upotreba, recikliranje.

Pobrojane faze provere važe za sve proizvode, izuzev za Soft Sparkling program čiji se razvoj odvija u centrali Coca-Cola kompanije, dok su svi drugi postupci isti kao i za ostale proizvode. Dosledna primena strogih standarda i stalno praćenje ključnih tačaka nabavke sirovina, proizvodnje i distribucije proizvoda do krajnjeg potrošača doveli su do toga da tokom 2019, kao i prethodnih godina, nije zabeležen nijedan slučaj nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi sa uticajima naših proizvoda i usluga na zdravlje i bezbednost.

Kako bismo našim kupcima i potrošačima pružili najsvežije proizvode standardnog kvaliteta, primenjujemo i sistem sveobuhvatnog upravljanja starošću proizvoda (**TAM – TOTAL AGE MANAGEMENT**), koji je propisan od strane Coca-Cola HBC Grupe. Sprovođenje redovnog monitoringa tržišta pomaže nam da ispunimo krajnji cilj: da starost proizvoda na tržištu uvek bude ispod ustanovljenih specifikacija primarne starosti.

S obzirom na to da naši proizvodi do potrošača stižu preko naših kupaca (distributeri, veleprodaja i veliki kupci), neophodno je da i oni budu uključeni u TAM, te naš tim redovno sprovodi edukacije o tom procesu i dobrim praksama skladištenja. O rezultatima TAM-a svakog meseca izveštavaju najviši rukovodioci na lokalnom nivou, kao i na nivou Coca-Cola HBC Grupe.

U 2019. zabeležen je rezultat od nula procenata expiry date, kao i primarna starost proizvoda iznad standarda naše kompanije.



ZDRAVLJE POTROŠAČA

U težnji da odgovori na potrebe potrošača i uzimajući u obzir sve razvijeniju svest o zdravim stilovima života, naša kompanija:

- **stavlja fokus na inovacije i širenje portfolija proizvoda**
- **proširuje ponudu niskokalorijskih napitaka i napitaka bez kalorija**
- **uvodi manja pakovanja**
- **smanjuje kalorijsku vrednost proizvoda u svom portfoliju**
- **uvodi jasnije deklaracije na pakovanjima**
- **promoviše aktivne stilove života, uključujući potrošače u programe fokusirane na zdravlje.**

Ciljevi održivosti Coca-Cola HBC Grupe do 2025. godine uključuju smanjenje kalorija u Soft Sparkling Drinks programu za 25 procenata na 100 ml proizvoda u odnosu na bazu godinu (2015). Na nivou Grupe, u 2019. godini ostvareno je smanjenje od 12 procenata.

Pića koja proizvodimo ne sadrže veštačke arome, boje i konzervanse, a u skladu sa usvojenom politikom upotrebe genetski modifikovanih materija, ni genetski modifikovane sastojke, dok svojim praksama nabavke nastojimo da što viši procenat sastojaka dolazi sa lokalnog podneblja.

U potrazi za inovacijama i prirodnim sastojcima, stalno istražujemo nove mogućnosti, poput upotrebe ekstrakta biljke stevije (Stevia) koja ima nula kalorija i predstavlja prirodnu alternativu veštačkim zaslađivačima. Na globalnom nivou, kompanija ulaže velika sredstva i u istraživanja aseptik tehnologije, zahvaljujući kojoj se voćni sokovi i negazirana voda proizvode bez dodatka konzervansa. Pre nego što stignu do naših potrošača, voćni sokovi, izotonični napici, i čajevi se pakuju dok su hladni – pomoću aseptičnih tehnologija, ili dok su vrući – pomoću tehnologije toplog punjenja. Aseptični, ultra čisti procesi i procesi toplog punjenja (HF) eliminišu mikroorganizme koji mogu negativno uticati na kvalitet proizvoda i bezbednost potrošača.

NOVI INOVATIVNI PROIZVODI NA TRŽIŠTU

Tokom 2019. godine, Coca-Cola HBC Srbija lansirala je nove proizvode, kako bi nastavila da potrošačima nudi širi izbor napitaka, odgovarajući na potrebe koje prate aktivne stilove života. Novi ukus Coca-Cola Zero Lemon omogućava uživanje u zanimljivoj kombinaciji ukusa, i to bez kalorija. Next Premium proširio je svoju ponudu sa dva nova ukusa – pomorandža sa pulpom i gusta jabuka, koji ne sadrže dodati šećer.

Najnoviji među našim brendovima je AdeZ, prvi proizvod u kategoriji biljnih napitaka kompanije Coca-Cola razvijen sa ciljem da se hranjivi biljni napici učine dostupnim i privlačnim velikom broju kupaca. AdeZ je napitak bez laktoze i ne sadrži šećer - samo ono što je već u prirodnim sastojcima. Lagano je zaslađen stevijom (steviol glikozidom), ne-kalorijskim zaslađivačem iz prirodnog izvora. Pakuje se u reciklabilnu PlantBottle™ ambalažu koja se može reciklirati.



U skladu sa našim globalnim naporima da doprinesemo kredibilnom i objektivnom pristupu u oblasti ishrane, i poboljšanju zdravlja čitave populacije, pokrenuta je nacionalna kampanja „Teži ravnoteži“, čiji početak je ozvaničen u junu 2018. godine, potpisivanjem Sporazuma o saradnji između Ministarstva zdravlja Republike Srbije i Privredne komore Srbije. Inicijativa za nacionalnu kampanju došla je upravo od najvećih kompanija u prehrambenom sektoru Srbije, poput kompanija Coca-Cola, Bambi, Dr. Oetker, Marbo Produkt (PepsiCo), Mars i Nestlé okupljenih u Udruženju za prehrambenu industriju Privredne komore Srbije.

U okviru kampanje „Teži ravnoteži“ do sada je sproveden niz različitih aktivnosti. Pokrenut je online portal koji građanima Srbije pruža mogućnost da na jednom mestu pronađu tačne i proverene informacije o načinima prevencije gojaznosti, pravilnoj ishrani i fizičkoj aktivnosti. Organizovane su radionice na kojima su eksperti edukovali predstavnike medija o svim aspektima prevencije gojaznosti uključujući i niskokalorijske zaslađivače. U više navrata u supermarketima, direktno je edukovano 2.500 potrošača o nutritivnim deklaracijama i njihovoj ulozi u prevenciji gojaznosti. Distribuirani su edukativni poster i preko 300 zdravstvenih i studentskih ustanova.

U narednom periodu planiran je nastavak kontinuirane komunikacije preko društvenih mreža i medija, distribucija edukativnih brošura učenicima petih razreda osnovnih škola širom Srbije, edukacija lekara i medicinskih tehničara u službama za zdravstvenu zaštitu školske dece, kao i nastavnika fizičkog i zdravstvenog vaspitanja. Očekuje se da kampanju podrže i druga ministarstava i dgovorne kompanije.

INFORMACIJE O PROIZVODU

Jasnost, dostupnost, tačnost i razumljivost podataka o sastavu i nutritivnoj vrednosti naših proizvoda predstavljaju glavne principe kojima se rukovodimo prilikom davanja informacija o proizvodima.

Prateći principe propisane našom Politikom kvaliteta i bezbednosti hrane, pružamo informacije o poreklu sastojaka (izuzev za Soft Sparkling Drinks program), sastavu samog proizvoda i supstancama (sirovinama) koje mogu imati uticaj na životnu sredinu ili ljude, obaveštavamo o bezbednoj upotrebi proizvoda i o bezbednom odlaganju proizvoda, kao i o uticaju odlaganja na životnu sredinu ili ljude.

Pored poštovanja svih zakonskih obaveza koje su u vezi sa deklaracijom, na svojim proizvodima dajemo i uputstvo za dnevni unos kalorija, odnosno GDA (Guideline Daily Amounts), koje se odnosi na približnu količinu kalorija, masti, zasićenih masti, ukupnih šećera, soli ili natrijuma potrebnih za uravnoteženu ishranu zdravih odraslih osoba i dece. U 2019. godini, **Coca-Cola HBC Srbija** nije zabeležila nijednu žalbu potrošača po osnovu nepoštovanja propisa i internih kodeksa kada je reč o adekvatnom informisanju o proizvodima. U nameri da svoje kupce (distributeri, veleprodaja i veliki kupci) detaljnije informišemo o pravilnoj upotrebi proizvoda, organizujemo za njih posebne treninge, i pripremamo namenske brošure za edukaciju o toj temi.

ODGOVORAN MARKETING

Naše napredne globalne prakse u domenu marketinga sprovode se i u Srbiji, uz nadležnost Coca-Cola kompanije i Coca-Cola HBC Srbija. Pored toga, angažovani smo na razvoju, promociji i primeni etičkih kodeksa koji se odnose na odgovoran marketing prema deci i na prodaju napitaka u školama (UNESDA podrška EU Platformi za ishranu, fizičku aktivnost i zdravlje, EU Izjava o marketingu prema deci, Globalne smernice o marketingu prema deci – Međunarodni savet udruženja proizvođača pića).

U skladu sa sopstvenom Politikom odgovornog marketinga, poštujemo ulogu roditelja i staratelja i ne obraćamo se direktno deci mlađoj od 12 godina. Drugim rečima, naši proizvodi se ne reklamiraju u osnovnim školama, u bilo kom mediju čiju ciljnu grupu čine deca mlađa od 12 godina (uključujući televizijske programe, štampane medije, veb-sajtove, društvene mreže, filmove, kao i sms poruke, odnosno i-mejl marketing), kao ni u medijima čiju ciljnu grupu čine deca koja nisu navršila 12 godina. Pomenute medije definišemo kao medije čijih 35 procenata gledalaca ili više od tog procenta pripada deci mlađoj od 12 godina, u onim slučajevima u kojima je moguće dobiti takvu informaciju.

Globalna politika odgovornog marketinga, takođe, podrazumeva i ravnomerno oglašavanje mineralnih voda i prirodnih sokova, manjih pakovanja proizvoda, kao i promovisanje sportskih i fizičkih aktivnosti. Isto tako, u skladu sa globalnom Politikom o etiketiranju proizvoda (The Coca-Cola Company's global marketing commitment and global policy for front-of-pack labeling), pridržavamo se i principa da deklaracija sa informacijama o proizvodu bude pozicionirana na prednjoj strani proizvoda, kako bi bila uočljivija.

Politikom odgovornog marketinga alkoholnih pića, kada je reč o oglašavanju i promociji alkoholnih pića koje kompanija Coca-Cola HBC distribuira i prodaje u ime svojih poslovnih partnera, definisan je niz ograničenja, koja osiguravaju da marketinške kampanje budu usmerene isključivo na punoletne osobe i da sadrže poruke o odgovornom konzumiranju alkohola. Usklađenost sa tom politikom proverava se periodičnim internim revizijama.

U Coca-Cola HBC Srbija tokom 2019. godine nije zabeležen nijedan slučaj nepridržavanja propisa koji se tiču marketinških komunikacija.

KANALI KOMUNIKACIJE SA POTROŠAČIMA

Našim potrošačima dostupni su besplatna telefonska linija i i-mejl adresa, koji su jasno istaknuti na etiketama proizvoda i na sajtu kompanije. Pored odgovora na svaki zahtev potrošača, evidentira se i zadovoljstvo dobijenim odgovorima. Rok za odgovor na upit/žalbu saopštava se svakom pozivaocu posebno i zavisi od prirode zahteva. Apsolutno, svi pozivi se prate pomoću programa u kojem operator beleži sve pozive, žalbe i zahteve i pomoću toga se sačinjava redovni izveštaj na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou.



BESPLATNA INFO LINIJA
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

www.coca-colahellenic.rs

DODATA VREDNOST ZA KUPCE

Podržavanjem uspeha i rasta svojih kupaca automatski utičemo i na rast naše kompanije. Upravo stoga, zajedničko kreiranje vrednosti i partnerski odnos jesu ključni i predstavljaju osnovu našeg pristupa tržištu. Pored kontinuiranog rada na razvoju portfolija proizvoda za svaku priliku, za naš proces kreiranja zajedničke vrednosti jednako je značajna i precizno targetirana podrška kupcima, koja dolazi od naših menadžera koji su vrhunski obučeni za odnose sa ključnim kupcima.

Naši prodajni timovi usko su specijalizovani za segmente tržišta za koje su zaduženi, a podršku za optimalan pristup identifikaciji proizvoda, kanala i prilika za rast dobijaju i zahvaljujući naprednim tehnološkim rešenjima, koja pružaju analizu podataka i povratnih informacija od kupaca u realnom vremenu.

Ponosni smo na činjenicu da Coca-Cola HBC u Srbiji ima više od 37.000 kupaca – prodavnica, restorana, supermarketa, diskontnih lanaca i drugih objekata u kojima se prodaju naši proizvodi.

Savršenstvo u dnevnim izvršenjima

U nameri da aktivno vrednujemo i unapređujemo dnevna izvršenja na tržištu, koristimo pristup pod nazivom RED – Right Execution Daily. Prateći podatke o izvršenjima u realnom vremenu koji su dostupni putem RED sistema, u mogućnosti smo da zajedno sa kupcima identifikujemo oblasti za ostvarivanje daljeg rasta. O nivou posvećenosti svojih zaposlenih na terenu i savršenim praksama isporuke kojima težimo najbolje govori vrednost RED indexa za Srbiju koji je za 2019. godinu iznosio 62,8 procenata, što predstavlja povećanje od osam i po (8,5) procentnih poena u odnosu na period kad je uvedena nova slika uspeha. Pomenuti parametar pokazuje procenat implementacije postavljene slike uspeha na tržištu u svakom objektu koji obilazimo.



ZADOVOLJSTVO KUPACA

Istraživanje zadovoljstva kupaca svake godine realizuje eksterna agencija, a u 2019. godini Coca-Cola HBC Srbija ponovo je ocenjena kao najbolji dobavljač. Istraživanje se obavlja na tri nivoa: anketiraju se outlet kupci, centrale ključnih kupaca (KA centrale) i distributeri. U anketi, kupci odgovaraju na pitanja u vezi sa dobavljačima sa kojima saraduju, a dobijeni poeni i poređenje sa rezultatima drugih dobavljača, određuju najboljeg. Prema podacima na nivou Grupe, udeo zadovoljnih kupaca povećan je u 2019. godini za dva procenta i iznosi 68,6 procenata, dok je kod ključnih kupaca zadržan visok nivo zadovoljstva od 81 procenta.

Kupci u Srbiji, na nivou KA direkcija i na outlet nivou, svrstavaju kompaniju Coca-Cola HBC Srbija u Ligu šampiona već devetu godinu zaredom. Reč je o kategoriji koja označava zdrav odnos sa kupcima i snažan učinak po svim ključnim parametrima i predstavlja najbolju kategoriju prema metodologiji istraživanja.

Od 2019. godine, na nivou Grupe, uvedeno je i interno istraživanje zadovoljstva kupaca – Pulse Survey. Istraživanje je prvi put sprovedeno u avgustu 2019. godine, a kupci su odgovarali na pet pitanja kojima procenjuju zadovoljstvo saradnjom sa Coca-Cola HBC Srbija, kao dobavljačem. Pitanja se odnose na aspekte adekvatne i pravovremene usluge, na pružanje informacija i isporuku, kao i na zadovoljstvo načinom poručivanja i marketinškim aktivnostima koje kompanija sprovodi. Ispitano je ukupno 879 kupaca, a pozitivne odgovore na svih pet pitanja dalo je 89,8 procenata ispitanika. Navedeno istraživanje će se sprovoditi više puta godišnje, kako bi se obezbedio uvid u percepciju kupaca u realnom vremenu i kako bi se omogućile blagovremene reakcije u vezi sa svim potencijalnim tačkama na kojima postoji mogućnost unapređenja odnosa. Na osnovu rezultata Pulse Survey istraživanja koriguju se aktivnosti predviđene Akcionim planom.

Sa ciljem konstantnog unapređenja usluga i saradnje, kupcima stoji na raspolaganju besplatna info-linija, koja pruža informacije o poslovanju kompanije, kvalitetu proizvoda i cenama, porudžbenicama i dostavi proizvoda, rashladnoj opremi, trenutnim akcijama i promocijama, ugovorima i finansijama. Pored odgovora na svaki zahtev kupaca, evidentira se i zadovoljstvo dobijenim odgovorima. Isto kao i u slučaju potrošača, rok za odgovor na upit/žalbu saopštava se svakom pozivaocu posebno i zavisi od prirode zahteva.

Povratne informacije mogu se dobiti telefonom, putem besplatnog infobroja 0800 300 302 ili i-mejlom kupac@cchellenic.com.

ODRŽIVI SISTEM SNABDEVANJA



Nabavka sirovina za naše proizvode čini značajan deo uticaja kompanije Coca-Cola HBC na ekonomiju, društvo i životnu sredinu, a prakse naših dobavljača direktno utiču na rezultate kompanije u oblasti održivosti. Dobavljače, upravo zbog toga, smatramo ključnim partnerima, koji doprinose uspehu i održivosti našeg poslovanja.

Jedan od ciljeva održivosti na nivou Coca-Cola HBC Grupe jeste u tome da do 2025. godine 100 posto poljoprivrednih sirovina koje ulaze u sastav naših proizvoda bude nabavljeno iz izvora usklađenih sa principima održive poljoprivrede. Za 2019. godinu, taj udeo je na nivou Grupe iznosio 74 procenta, dok je jedan broj novih dobavljača i dalje u procesu sertifikacije.

U 2019. godini, Coca-Cola HBC Srbija saradivala je sa 1.715 dobavljača, među kojima su zastupljene sve kategorije preduzeća, od malih lokalnih, do internacionalnih kompanija. Domaći dobavljači čine čak 81 procenat našeg lanca nabavke, čime direktno doprinosimo lokalnoj ekonomiji.

Shodno organizaciji sektora u samoj kompaniji, dobavljači su podeljeni na indirektnu i direktnu – one koji isporučuju proizvode koji čine sastavni deo gotovog proizvoda za Coca-Cola HBC. Naša kompanija spada među najveće kupce i korisnike šećera, boca, nalepnica, promotivnog materijala i usluga u regionu. Za indirektnu dobavljače, raspoloživost i mogućnost odgovora u kratkom roku predstavljaju veoma važne kriterijume, dok su za direktne dobavljače najznačajniji pouzdanost, kontinuitet, visok stepen kvaliteta i fleksibilnost.

Od svojih dobavljača zahtevamo izvrsnost i poštovanje visokih standarda čime dokazuju da na odgovarajući način brinu o ključnim sistemima koji su od važnosti za poslovanje naše kompanije:

- **Upravljanje kvalitetom – ISO 9001**
- **Upravljanje zaštitom životne sredine – ISO 14001**
- **Bezbednost i zdravlje na radu – OHSAS 18001**
- **Bezbednost hrane – FSSC 22000 i GFSI – Globalna inicijativa za bezbednost hrane (važi samo za dobavljače sastojaka i ambalaže).**

Komunikacija sa dobavljačima odvija se putem on-lajn platforme, koja omogućava stalnu dostupnost informacija o fakturi i statusu nabavke i pojednostavljuje proces verifikovanja i odobravanja faktura od naših zaposlenih.

Saradnju sa dobavljačima evaluiramo jednom godišnje, na osnovu posebne procedure (Supplier Evaluation & Authorization Procedure). Godišnja evaluacija podrazumeva i obaveznu proveru sertifikata koji su u vezi sa kvalitetom i životnom sredinom. U okviru evaluacije, kompanija prikuplja i povratne informacije od dobavljača, koje se odnose na zadovoljstvo saradnjom sa kompanijom. Na taj način podstičemo dvosmernu komunikaciju i konstantno unapređujemo odnose sa svojim dobavljačima. Naši dobavljači, takođe, imaju mogućnost da prijave svako potencijalno kršenje procedura od naših zaposlenih i putem telefonske linije Reci!



VODEĆI PRINCIPI ZA DOBAVLJAČE

Standardi koje su naši dobavljači u obavezi da poštuju sadržani su u Vodećim principima za dobavljače (SGP – Suppliers Guiding Principles). Prema tom dokumentu, od dobavljača se očekuje da svoje poslovanje obavljaju sa namerom da zaštite i očuvaju životnu sredinu. Očekujemo, kao minimum, da dobavljači poštuju važeće zakone, pravila i regulative o životnoj sredini, na nivou svih svojih operacija u svim zemljama u kojima posluju. **Ukoliko osam ključnih konvencija Međunarodne organizacije rada (MOR) uspostavljaju više standarde u odnosu na lokalno zakonodavstvo, dobavljač je u obavezi da ispuni te standarde.** Standardi MOR-a odnose se na dečiji rad, prisilni i prinudni rad, zlostavljanje na radu, na udruživanje i kolektivno pregovaranje, plate i beneficije, na radno vreme i prekovremeni rad, kao i na zdravlje i bezbednost na radu. Uz to, Vodeći principi obuhvataju i standarde koji se odnose na konflikt interesa, poslovno i finansijsko izveštavanje, rizik od korupcije i na zaštitu podataka.

Pomenuti principi predstavljaju sastavni deo ugovora sa dobavljačima – prilikom potpisivanja ugovora, dobavljači su obavezni da potpišu i posebnu izjavu, kojom se dodatno obavezuju da će poštovati Vodeće principe. Kriterijum za potpisivanje tog dokumenta jeste visina godišnjeg prometa sa određenim dobavljačem, pri čemu je najveći promet oko 100.000.000 evra, a najmanji oko 100.000 evra

Procenu usaglašenosti internih poslovnih procesa dobavljača sa navedenim principima obavljaju nezavisne agencije koje angažuje Coca-Cola kompanija. Navedena procena obuhvata i poverljive razgovore sa zaposlenima i drugim angažovanim licima. Ukoliko se utvrdi da dobavljač nije poštovao bilo koji aspekt Vodećih principa za dobavljače, od dobavljača se očekuje da preduzme korektivne mere.

Coca-Cola HBC zadržava pravo da raskine ugovor sa svakim dobavljačem koji nije u stanju da poštuje zahteve i da se pridržava pravila koja propisuju Vodeći principi za dobavljače.

Pored poštovanja Vodećih principa za dobavljače, a sa ciljem da se bilo kakav negativan ili štetni uticaj u lancu nabavke svede na minimum, Coca-Cola HBC Srbija intenzivno prati tržište svih ključnih materijala i usluga koji se nabavljaju, obavlja razgovore sa sličnim kompanijama iz drugih industrija koje, takođe, koriste usluge, odnosno proizvode istih ili sličnih dobavljača, i intenzivno komunicira sa centralnom nabavkom Coca-Cola HBC Grupe u vezi sa mogućim pretnjama na globalnom tržištu.

Primenom svih navedenih procesa, tokom 2019. godine nisu utvrđeni negativni uticaji na društvo ili životnu sredinu ni kod jednog dobavljača, i nijedna saradnja sa dobavljačem nije prekinuta po tom osnovu.

2019.

UKUPAN BROJ DOBAVLJAČA	1.715
BROJ NOVIH REGISTROVANIH DOBAVLJAČA	158
BROJ NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU POTPISALI SGP	158
PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU POTPISALI SGP	100%
DOMAĆI DOBAVLJAČI U UKUPNOM TROŠKU, U PROCENTIMA	81%
INOSTRANI DOBAVLJAČI U UKUPNOM TROŠKU, U PROCENTIMA	19%
UKUPNI TROŠKOVI, IZRAŽENI U EVRIMA	343.436.725,52
POKRIVENI TROŠKOVI PREMA SGP-U, IZRAŽENI U EVRIMA	343.436.725,52
POKRIVENI TROŠKOVI PREMA SGP-U, IZRAŽENI U PROCENTIMA	100%



RADNO OKRUŽENJE

Fer radno okruženje / Privrženost zaposlenih /
Razvoj zaposlenih / Zdravlje i bezbednost





PRIORITETNE OBLASTI:

- FER RADNO OKRUŽENJE
- RAZVOJ ZAPOSLENIH
- PRIVRŽENOST ZAPOSLENIH
- ZDRAVLJE I BEZBEDNOST

KLJUČNI POKAZATELJI:

- UKUPAN BROJ NOVOZAPOSLENIH I FLUKTUACIJA ZAPOSLENIH
- PROCENAT ZAPOSLENIH OBUHVAĆENIH KOLEKTIVNIM UGOVOROM SASTAV UPRAVLJAČKIH TELA
- BROJ I ISHOD ŽALBI U VEZI SA RADNIM I LJUDSKIM PRAVIMA
- PROSEČAN BROJ SATI OBUKE PO ZAPOSLENOM
- PROCENAT ZAPOSLENIH KOJI DOBIJAJU OCENU RADNOG UČINKA
- POVREDE NA RADU

DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



RADNO OKRUŽENJE



Uspeh naše kompanije zavisi od posvećenosti i uključenosti naših talentovanih ljudi. Svesni smo da su upravo oni naša najznačajnija vrednost i pokretači rasta i napretka kompanije. Upravo zato negujemo njihove potencijale i osnažujemo ih da koriste brojne mogućnosti za lični razvoj.

Naš cilj je da razvijamo kulturu inkluzivnog rasta, zasnovanu na vrednostima koje kreiraju i unapređuju sami zaposleni. Pored podrške u profesionalnom razvoju, to podrazumeva i obezbeđivanje bezbednog i ravnopravnog radnog okruženja, u kome se sva prava zaposlenih dosledno poštuju.

Negovanje potencijala naših zaposlenih čini jedan od pet stubova Strategije rasta 2025, usvojene na nivou Coca-Cola HBC Grupe. Naši interni standardi koji se odnose na odgovornost u radnom okruženju jesu:

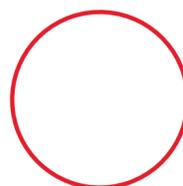
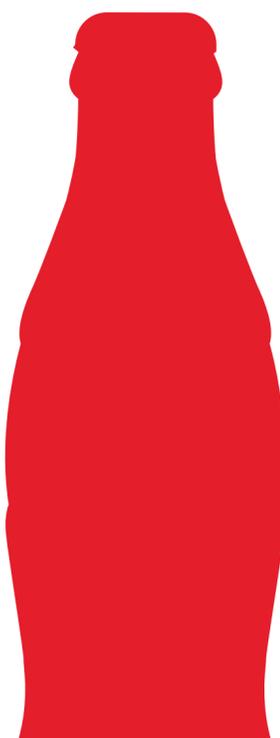
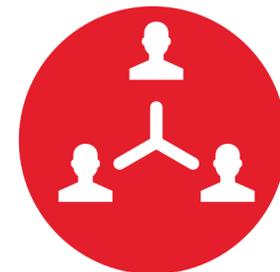
— Kodeks poslovnog ponašanja

— Politika jednakosti

— Politika ljudskih prava

— Politika zaštite zdravlja i bezbednosti na radu

— Politika produktivnog rada.



FER RADNO OKRUŽENJE

Briga o našim ljudima i zajedništvo u radu predstavljaju deo naših ključnih vrednosti. Verujemo u svakog člana svog tima i jedni prema drugima se uvek odnosimo sa dignitetom i poštovanjem. Cenimo autentičnost i raznolikost ljudi koji čine ovu kompaniju i nastojimo da obezbedimo inkluzivno okruženje. U osnovu za zapošljavanje i napredovanje na poslu spadaju kvalifikacija, znanje, učinak i iskustvo.

Ne tolerišemo 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.

Naša kompanija posebnu pažnju pridaje jednakosti na radnom mestu. Jedan od ciljeva održivosti do 2025. godine na nivou Coca-Cola HBC Grupe jeste postizanje pune rodne ravnopravnosti na menadžerskim pozicijama. U novembru 2019. godine, Coca-Cola HBC Grupa se pridružila i inicijativi „LEAD CEO Pledge“, čiji cilj predstavlja ubrzanje puta ka rodnoj ravnopravnosti i promocija jednakosti muškaraca i žena u sektorima maloprodaje i robe široke potrošnje.

Širom Grupe, u toku je sprovođenje interne komunikacijske kampanje sa ciljem podizanja svesti i razumevanja principa jednakosti i inkluzije. Pored toga što uvažava i štiti prava svakog pojedinca, inkluzivno i raznoliko radno okruženje doprinosi i poslovnom rastu, jer se upravo različitim perspektivama podstiču inovacije i kreativnost. Coca-Cola HBC Srbija zapošljava 971 osobu, a među zaposlenima, zbog prirode posla koja podrazumeva rad na terenu, ili u fabričkim uslovima, prevlađuju muškarci (77 posto muškaraca i 23 posto žena). Žene, takođe, zauzimaju mnoge visoke i veoma važne pozicije u kompaniji – pet žena rukovodi proizvodnjom, dok se 24 kolegice nalaze na pozicijama biznis developera.



Ukupan broj radno angažovanih 2019.		
	MUŠKARCI	ŽENE
Srbija	1052	295
Fresh	1	0
Vlasinka	77	12
UKUPNO	1130	307
Ukupan broj radno angažovanih	1437	

Zaposleni		
	MUŠKARCI	ŽENE
2019	751	220

Tip radnog ugovora 2019.		
	NA ODREĐENO	NA NEODREĐENO
Srbija	88	813
Fresh	0	1
Vlasinka	8	61
UKUPNO	96	875

Ugovor na neodređeno 2019.		
	MUŠKARCI	ŽENE
2019	676	199

Tip zaposlenja 2019.		
	SA PUNIM RADNIM VREMENOM	SA NEPUNIM RADNIM VREMENOM
Srbija	901	0
Fresh	1	0
Vlasinka	69	0
UKUPNO	971	0

FLUKTUACIJA RADNE SNAGE 2019.

Novozaposleni		
	MUŠKARCI	ŽENE
2019	122	49

Starosna struktura zaposlenih koji su napustili kompaniju		
	MUŠKARCI	ŽENE
<30	33	14
30-50	50	23
>50	3	1
UKUPNO	86	38

Stopa fluktuacije 2019.	
2019	12,77%

Ukupan broj zaposlenih 2019.		
	MUŠKARCI	ŽENE
Srbija	690	211
Fresh	1	0
Vlasinka	60	9
UKUPNO	751	220
Ukupan broj zaposlenih	971	

Stalna treća lica		
	MUŠKARCI	ŽENE
2019	379	87

Ugovor na određeno 2019.		
	MUŠKARCI	ŽENE
2019	75	21

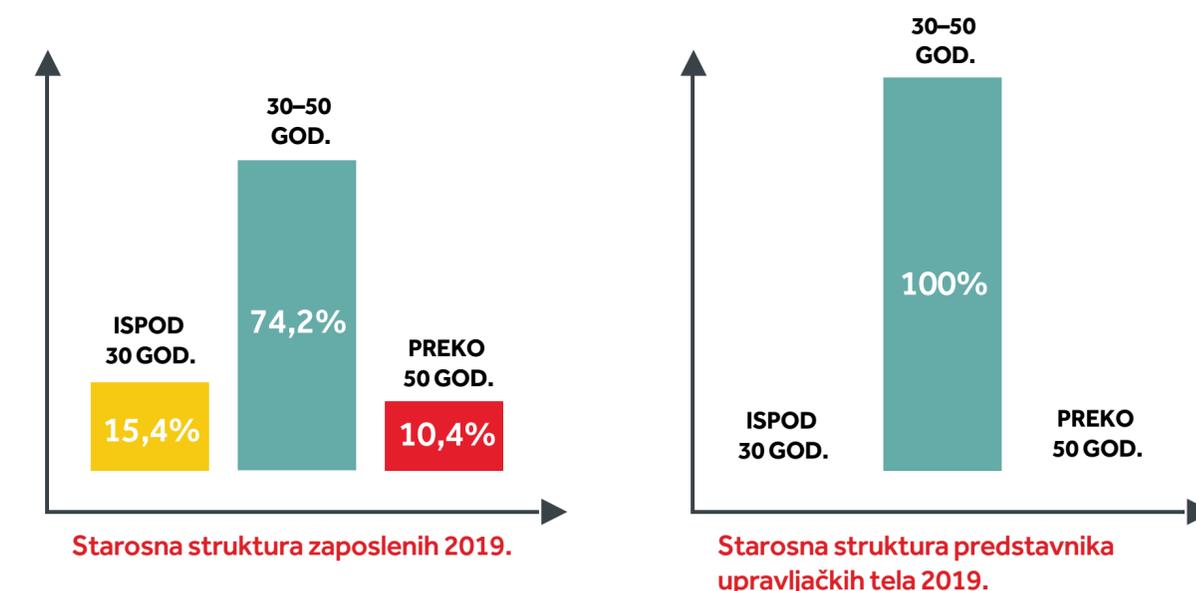
Zaposleni koji su napustili kompaniju		
	MUŠKARCI	ŽENE
2019	86	38

Pravo na porodiljsko odsustvo imaju svi zaposleni, a posebno podržavamo povratak svojih koleginica i kolega na radno mesto po isteku porodiljskog bolovanja. Tokom 2019. godine, ukupno 38 zaposlenih, 37 koleginica i jedan kolega, iskoristili su pravo na porodiljsko odsustvo. Stopa povratka na radno mesto po povratku sa porodiljskog bolovanja iznosi 78 procenata, a stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznosi 25 procenata. Budući da želimo da naše kolege imaju apsolutno pravo da uživaju u roditeljstvu, kompanija je odlučila da koleginicama koje su na porodiljskom odsustvu isplaćuje pun iznos plate, što je mnogo više od iznosa koji trenutno nalaže Zakon o finansijskoj podršci porodicama s decom.

Starosna raznolikost naših zaposlenih, takođe, obezbeđuje jedinstvenu kombinaciju iskustva i novih ideja. Generacija takozvanih milenijalsa, koji su izrazito osvešćeni upravo u vezi sa vrednostima raznolikosti i inkluzije, čine čak 57 procenata našeg tima. Pored njih, 31 procenat čine pripadnici takozvane X generacije, koji svojim iskustvom i visokom radnom etikom doprinose našim poslovnim uspesima. Ponosimo se i svojom kreativnom i energičnom Z generacijom, u čijim rukama leži naša budućnost, a čini je osam procenata naših zaposlenih.

Politikom ljudskih prava i Politikom jednakosti 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), kao i „Reci!“ linija preko koje zaposleni anonimno mogu da iznesu bilo koju zabrinutost, ili sumnju. Zaposleni, takođe, mogu podneti prijavu i na druge načine, na primer, sindikatu. Svaki upit zaposlenih pažljivo se razmatra, a cilj svih žalbenih mehanizama jeste u tome da omoguće otvorenu i poverljivu komunikaciju sa zaposlenima, otklanjajući mogućnost pojave osvetoljubivog ponašanja uslovljenog prijavljivanjem primećenog nepoštovanja politika.

Kompanija Coca-Cola HBC Srbija prati sopstveni učinak u ovoj oblasti i, u sklopu godišnjeg Izveštaja o održivosti, objavljuje informacije o pokrenutim žalbenim postupcima u vezi sa radnim i ljudskim pravima. Tokom 2019. godine nije bilo podnetih žalbi u vezi sa radnim pravima, ljudskim pravima, niti slučajeva u vezi sa diskriminacijom. Obuke o politikama, standardima i praksama kompanije u tim oblastima tokom 2019. godine nisu održane, ali predstavljaju deo Kodeksa poslovnog ponašanja koji je podeljen svim zaposlenima.



BENEFICIJE I KOLEKTIVNI UGOVOR

Formiranje sindikalnih organizacija i pridruživanje zaposlenih tim organizacijama predstavlja pravo svakog zaposlenog u našoj kompaniji, što je zagarantovano i Politikom ljudskih prava. U slučajevima kada zaposlene zastupaju sindikalne organizacije koje su zakonski priznate, zalažemo se za uspostavljanje konstruktivnog dijaloga sa njihovim predstavnicima, slobodno izabranim.

Kolektivnim ugovorom su obuhvaćeni svi zaposleni kompanije Coca-Cola HBC Srbija, a prilikom donošenja velikih poslovnih odluka i bavljenja pitanjima od zajedničkog interesa kompanija 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. Učesnici kolektivnog ugovora dužni su da započnu pregovore u vezi sa cenom rada najmanje 10 dana pre isteka roka na koji je vrednost radnog časa ugovorena zaključivanjem aneksa kolektivnog ugovora.

Pored obaveznog zdravstvenog osiguranja, svi zaposleni imaju osiguranu nadoknadu po osnovu invalidnosti ili nesposobnosti, naknadu za porodiljsko odsustvo i otpremninu prilikom odlasku u penziju. Za rukovodice u našoj kompaniji obezbeđeno je privatno zdravstveno osiguranje, a polisa dodatno obezbeđuje, pored osiguranja od nezgode, i osiguranje od profesionalnih oboljenja i smrti usled bolesti.

Kompanija, takođe, nudi prelazne programe pomoći u svrhu pružanja pomoći zaposlenima koji odlaze u penziju, ili kojima je prestao radni odnos, i omogućava prekvalifikaciju zaposlenih koji nameravaju da nastave sa radom, obezbeđuje otpremnine, pri čemu se uzimaju u obzir godine starosti i godine službe zaposlenih, ali i pruža podršku u pronalaženju posla.

Osim navedenih prednosti, prilagođavanje radnog vremena potrebama zaposlenih, kako bi na što bolji način uskladili profesionalne i privatne obaveze i povećali svoju produktivnost, predstavlja još jedan način da im se zahvalimo za njihovu posvećenost i trud koji svakodnevno ulažu. Stavljajući u prvi plan učinak, a ne samo količinu vremena provedenog na radnom mestu, tokom 2016. godine usvojili smo Politiku produktivnog rada, kojom se definišu mogućnosti za fleksibilnost u smislu: fleksibilnog početka rada, rada van kancelarije i produktivnog organizovanja radne nedelje kod svih zaposlenih koji ne rade u smenskom režimu rada.

KOMPANIJA, TAKOĐE, OBEZBEĐUJE I:

- MESEČNI I GODIŠNJI BONUS, U ZAVISNOSTI OD TIPA POZICIJE
- SPECIJALNI GODIŠNJI BONUS NA OSNOVU REZULTATA KOMPANIJE
- POKLON ČESTITKU ZA ROĐENJE DETETA I SOLIDARNU POMOĆ U SLUČAJU SMRTI ČLANA UŽE PORODICE, ILI SMRTI ZAPOSLENOG, KADA POSTOJI I MOGUĆNOST STIPENDIRANJA DECE ZAPOSLENOG
- VIŠE DANA GODIŠNJEG ODMORA I PLAĆENOG ODSUSTVA NEGO ŠTO JESTE ZAKONSKI MINIMUM
- KANTINU U FABRICI
- KONZUMACIJU BEZALKOHOLNIH PROIZVODA U PROSTORIJAMA KOMPANIJE
- KUTAK ZA RAZONODU ZAPOSLENIH
- DOGAĐAJE ZA ZAPOSLENE I ČLANOVE NJIHOVIH PORODICA, POPUT POSETA FABRICI I PORODIČNOG DANA
- NOVOGODIŠNJE PAKETIĆE ZA DECU ZAPOSLENIH
- POPUSTE ZA KUPOVINU ROBA I USLUGA – ZDRAVSTVENE USLUGE, PUTOVANJA, SPORT I RAZONODA
- 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 PAKETE PROIZVODA DVA PUTA GODIŠNJE
- NAJAM SPORTSKIH BALONA OSAM MESECI U GODINI ZA ZAPOSLENE U PRODAJI I SISTEMU SNABDEVANJA
- NAGRADE ZA INOVIRANJE I USAVRŠAVANJE U SISTEMU SNABDEVANJA.



PRIVRŽENOST ZAPOSLENIH

Na savremenom tržištu rada zadovoljstvo, privrženost i lojalnost zaposlenih postaju sve značajniji za dugoročni poslovni uspeh kompanije. Coca-Cola HBC Srbija sistematično radi na privlačenju i zadržavanju talenata, sa željom da ostane među najpoželjnijim poslodavcima.

Istraživanje o privrženosti zaposlenih MY VOICE

Svake godine sprovodimo istraživanje „My voice“, sa ciljem da steknemo uvid u stavove zaposlenih u vezi sa privrženosti kompaniji i njenim vrednostima. Istraživanje obuhvata teme koje se odnose na korporativnu kulturu i interne komunikacije, i omogućava nam da bolje razumemo šta jesu naše glavne snage i izazov.

Deo istraživanja koji se odnosi na privrženost zaposlenih meri održivu privrženost na temelju tri ključna pokazatelja: zalaganje, lojalnost i preporučivanje. Na osnovu rezultata istraživanja pravimo planove i sprovodimo akcije sa ciljem poboljšanja radnog okruženja.

U 2019. godini došlo je do izmena u samom pristupu sprovođenja te ankete, te je My Voice upitnik postao dvogodišnji upitnik, dok se u periodu između dva My Voice-a sprovode My Voice Pulse upitnici – kratke anonimne ankete usmerene na ispitivanje:

1. ključnih pitanja iz oblasti biznisa (značajnost posla i pozitivno radno okruženje, Growth Mindset, razumevanje strategije i zadovoljstvo rukovodstvom kompanije) – 14 pitanja
2. indeks privrženosti zaposlenih kompaniji – šest pitanja.

Navedeno istraživanje, koje se već godinama sprovodi u svih 28 zemalja Coca-Cola HBC Grupe, u potpunosti je anonimno i sprovodi ga nezavisna eksterna konsultantska firma.

Petu godinu zaredom Coca-Cola HBC Srbija proglašena je za najpoželjnijeg poslodavca

Prema istraživanju Youth Speak Survey, organizovanom u saradnji sa MASMI-jem i studentskom organizacijom AIESEC, kompanija Coca-Cola HBC Srbija ponovo je među mladima širom Srbije prepoznata kao najpoželjniji poslodavac. Laskavo priznanje predstavlja rezultat ne samo ulaganja u zaposlene, koji su naši najvredniji ambasadori, već i brojnih aktivnosti, usmerenih ka mladima i promocije kompanijskih vrednosti i organizacione kulture.

Nastavićemo da utičemo na razvoj mladih, prateći njihove potrebe i interesovanja i uvažavajući njihove stavove o tome kako treba da izgleda idealno radno mesto. Sa druge strane, trudićemo se da im prenesemo svoja očekivanja i da im na verodostojan način predstavimo kako izgleda raditi u našoj kompaniji.



Coca-Cola Super ambasador program

Naši zaposleni jesu naši ambasadori – predstavnici naših vrednosti i naše misije. Shvatajući da njihovi postupci i komunikacija mogu znatno da utiču na poverenje spoljnih aktera prema proizvodima kompanije, kao i na njenu reputaciju, već godinama organizujemo Coca-Cola Super ambasador program. Program je osmišljen sa ciljem da se zaposleni osnaže i podstaknu da samouvereno govore o našem poslovanju, da koriste činjenice i da najpre razumeju, a zatim objasne i prenesu zbog čega nešto radimo – ne samo u poslovnim, već i u svakodnevnim neformalnim susretima.

Tokom 2019. godine održana je Super ambasador radionica za lidere Coca-Cola Sistema. Svrha održavanja radionice bila je unapređenje znanja o proizvodima kompanije, kao i o delovima koji ulaze u sastav kompanije, ali i o strategijama održivog poslovanja, s ciljem da u svakodnevnoj interakciji sa partnerima, prijateljima, poznanicima, naši zaposleni uvek nastupaju kao pravi ambasadori kompanije i njenih proizvoda.

CCHBC Superstar

Nova platforma CCHBC Superstar predstavlja platformu za nagrađivanje zaposlenih i promociju kompanijskih vrednosti. Koristeći tu platformu, kolege i kolegice mogu da upute zahvalnicu. Razvijena je na osnovu povratne informacije zaposlenih o platformi Koka-Kolega. Platforma CCH Superstar je lakša za korišćenje, dostupna je svima sa kompanijskih, ili privatnih uređaja, a sistem bodovanja i nagrađivanja je potpuno transparentan i vidljiv svakom zaposlenom u svakom trenutku. Kolege koje na mesečnom nivou imaju najveći broj bodova, odnosno pohvala, dobijaju mogućnost korišćenja CCH Superstar parking mesta u toku narednog meseca, kao i vrednosni vaučer po sopstvenom izboru. Kolega koji na godišnjem nivou bude imao najveći broj poena osvojiće vrednu nagradu (experience ili personal development themed).

Interna komunikacija i informisanje

U skladu sa Politikom otvorenih vrata, zaposleni imaju mogućnost da sa rukovodiocima, na direktan način, podele svoja razmišljanja na bilo koju temu, poslovno relevantnu. Imajući u vidu da pomenuta politika garantuje zabranu zloupotrebe podataka, zaposleni mogu da dogovore sastanak sa rukovodiocem i razgovaraju o svojoj karijeri, svom planu razvoja i sličnim temama. Rukovodioci su na raspolaganju da saslušaju i odgovore na sva pitanja, saslušaju sugestije i eventualne primedbe.



Interna komunikacija je uvedena sa ciljem da otvoreno, transparentno i redovno informiše zaposlene o svim bitnim novostima i dešavanjima u firmi, da ih edukuje o različitim segmentima kompanijske strategije, objasni važnost njihove uloge i učvrsti osećaj pripadnosti kompaniji. Kako bi naši zaposleni mogli redovno da prate novosti i učestvuju u brojnim internim aktivnostima koje naša kompanija organizuje, na raspolaganju su im različiti vidovi komunikacije, kao što su interni veb-sajt, njuzleter, kutije za sugestije, interni TV i oglasne table. Tokom 2019. godine lansirana je i aplikacija This is Me, naša nova društvena mreža, dostupna u svih 28 zemalja u kojima Coca-Cola HBC posluje, sa ciljem da razmenimo iskustva i priče, koristeći slike i video-materijale.

Istraživanje zadovoljstva internog kupca

Istraživanje o zadovoljstvu internog kupca sprovodi se svake godine sa željom da se unaprede komunikacija i saradnja između različitih sektora. U istraživanju za 2019. godinu učestvovalo je 70 posto timova, a svaki tim je bio ocenjen bar od jednog dobavljača. Dobavljači su najčešće isticali dostupnost i ekspertizu kao snagu kompanije, što predstavlja pohvalu našoj posvećenosti i orijentisanosti ka kupcu, ali i težnji da uvek izađemo u susret svojim kolegama. Jedna od najčešće navođenih oblasti za razvoj jeste poštovanje rokova, što nesumnjivo označava rezultat dinamičnog okruženja u kojem poslujemo i što će sigurno predstavljati fokus za unapređenje u našem budućem radu.

Innovation for Growth

Korišćenjem Innovation for Growth inicijative, svi zaposleni u Coca-Cola HBC-u imaju priliku da predlože svoje ideje, koje mogu da naprave pravu promenu i doprinesu rastu naše kompanije. Inovacije mogu doći sa bilo koje strane, a mi stojimo na stanovištu da najbolje ideje za unapređenje našeg poslovanja dolaze od onih koji ga najbolje i poznaju – naših kolega sa svih pozicija.

Kriterijumi prema kojima se prijavljene ideje ocenjuju jesu primenljivost u praksi za našu organizaciju u postojećim uslovima, mogućnost aplikacije na različitim tržištima, zakonske regulative u datoj oblasti i odnos cene i benefita koje ideja ima za našu organizaciju. Prvih 20 ideja osvaja nagradu, a najbolja ideja dobija glavnu nagradu, ulazi u izbor za Grupnu najbolju inovaciju koja se bira na godišnjoj Leadership konferenciji.

Pobednica Innovation for Growth ciklusa za 2019. godinu za našu operaciju predstavlja ideja Coke akademija. Implementacijom te ideje, edukacijom o različitim temama koje su relevantne za biznis, pomoći ćemo u osnaživanju našeg Fragmented Trade kanala, kako bi odgovorio na potrebe današnjeg tržišta.



RAZVOJ ZAPOSLENIH

Smatramo da neprekidno usavršavanje i rad na ličnom rastu predstavljaju važne preduslove za podsticanje uspeha i zadovoljstva zaposlenih, ali i postizanje izuzetnih poslovnih rezultata koji će biti primećeni. Zato smo posvećeni kreiranju novih prilika za učenje, razvoj i inoviranje, koje će dati mogućnost zaposlenima da pokažu svoju inventivnost i napreduju na svim poljima. Tokom 2019. godine, kao i u prethodnom periodu, svi naši zaposleni dobili su procenu svog ličnog profesionalnog učinka i razvoja. Budući da su međusobno razumevanje i dobra komunikacija unutar samog tima, ali i između drugih timova od suštinskog značaja za privrženost i motivisanost zaposlenih, redovno pratimo i postupamo u skladu sa njihovim utiscima o kvalitetu odnosa sa nadređenima.

Performance for Growth označava naš model učinka kojim bi trebalo da se ubrza naš rast i podstakne veći uticaj na poslovanje.

U pitanju je veoma značajna inicijativa koja je implementirana širom Coca-Cola HBC Grupe, sa ciljem da podstakne kulturu učinka i tako transformiše način na koji radimo, razvijamo se, rastemo i pobeđujemo. Performance for Growth uključuje promenu u načinu razmišljanja i ponašanja za celokupno poslovanje, stavljajući visoki učinak u centar naše strategije rasta i kulture. U skladu je sa ciljevima našeg puta uspeha (Growth Story 2025), a naglašava brzinu, jednostavnost, orijentisanost na kupca i osnaživanje.

Performance for Growth sistem je lansiran krajem 2018. godine i tim sistemom je predviđen raskid sa starim načinom godišnjih procena i jednosmernog komuniciranja povratne informacije, koji je iziskivao dosta vremena. Umesto toga, nastupila je nova kultura bazirana na kontinuiranom dijalogu. Uvedeni su redovni razgovori jedan na jedan između rukovodilaca i članova tima o ciljevima, napretku, performansama i ponašanjima. Kao deo rutine, uveden je i proces povratne informacije između članova tima i njihovih rukovodilaca, kao i povratne informacije između članova tima, projektnih članova tima i internih i eksternih kupaca. Novi pristup dozvolice nam da učimo brže, da ispravljamo stvari u hodu i osnažimo se da preuzmemo kontrolu nad sopstvenim razvojem.

U sistemu Performance for Growth, akcentat je stavljen na učinak pre nego na upravljanje učinkom.

Performance for Growth sistem se sastoji od četiri ključna modula, kako bi podržao učinak tokom cele godine: mesečni razgovori, kvartalni preseći, godišnje procene učinka i potencijala i anketa za povratnu informaciju rukovodiocu, članovima tima i od eksternih kupaca.

Mesečni razgovori čine neformalne razgovore koje iniciraju zaposleni i ostavljaju vreme rukovodiocima i članovima njihovog tima za diskusiju o poslovnim prioritetima, izazovima, učinku, snagama i oblastima za razvoj. Cilj tih neformalnih razgovora jeste dvostruk. Za članove tima cilj se sastoji u tome da se osećaju osnaženo i dobiju jasan osećaj za pravac, dok se fokusiraju na prioritetne teme. Za rukovodioca, cilj se ogleda u tome da vodi zaposlene i pruža im podršku, kao i da im pomogne da se osvrnu na sopstveni učinak i dobrobit.

Kvartalni preseći jesu za nijansu formalniji i predstavljaju dokumentovan razgovor između rukovodioca i člana tima, sa fokusom na prepoznavanje dostignuća, usklađivanje potreba za razvojem ili učinkom. Navedeni razgovori pomažu članovima tima da prevaziđu izazove i dostignu godišnje ciljeve.

Godišnja procena učinka i potencijala osigurava da svi zaposleni dobiju povratnu informaciju o svom godišnjem učinku i sopstvenom potencijalu, odnosno razvojnim potrebama, koje treba da predstavljaju fokus njihovih individualnih razvojnih planova.

Zaposleni su podržani da sistemski naprave sopstveni individualni plan razvoja u HELO platformi na osnovu potreba za razvojem koje su lično identifikovali i povratnih informacija koje dobiju od svojih rukovodilaca. Zaposleni su sami odgovorni za sprovođenje individualnog plana razvoja koji može da se sastoji od treninga, on-lajn dostupnih alata za razvoj, učestvovanja u najrazličitijim razvojnim projektima, shadowing-a i mentorstva.

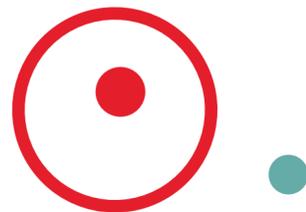
Za zaposlene u proizvodnji i magacinu koji nemaju pristup HELO platformi i on-lajn sadržajima, postoje različiti modeli kako da, u saradnji sa svojim rukovodiocima, naprave razvojne planove i oni su obuhvaćeni programima ODP – Operators development plan, MDP – Maintenance development plan i WDP – Warehouse development plan.

Povratna informacija za rukovodioca, od kupaca i kolega predstavlja sjajan način za sopstveni razvoj, kao i pomoć vašem rukovodiocu da unapredi sopstveni učinak. Najmanje četiri puta godišnje, članovi tima obezbeđuju svojim rukovodiocima povratnu informaciju, kako bi podržali njihov razvoj. Dva puta godišnje, zaposleni koji su okrenuti kupcima treba da iniciraju povratnu informaciju od eksternih kupaca. Tokom godine, zaposleni treba da iniciraju i dobiju povratnu informaciju od internih kupaca, najbližih saradnika i projektnih saradnika.

Performance for Growth sistemski podržavaju dve platforme, HELO digitalna platforma za širenje znanja, napredovanje, ali i upravljanje timom, kao i Feedback aplikacije za pružanje povratne informacije.



PROGRAMI OBUKE



Na korporativnom intranetu nalaze se mnogobrojni alati koji omogućavaju zaposlenima da usavršavaju svoje veštine i znanja, kao što su HELO platforma sa tutorijalima i kursevima, portal Educate za sticanje specifičnih i stručnih znanja, kao i CCHBC biblioteka, čiji sadržaj redovno proširujemo relevantnom literaturom iz svih oblasti biznisa.

	Ukupan broj sati obuke	Prosečan broj sati obuke godišnje po zaposlenom
2019	17.189	17,7

Ukupan broj sati obuke prema polu	MUŠKARCI	ŽENE	Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu	MUŠKARCI	ŽENE
2019	11.548	5.641	2019	15,38	25,64

First Time Leader Essentials

Nastavili smo da radimo na razvoju potencijala, veština i znanja svojih zaposlenih!

Završili smo još jedan ciklus First Time Leader Essentials programa, gde je fokus usmeren na zaposlene, koji su se po prvi put našli u ulozi rukovodioca, kao i na kolege koje su se nedavno pridružile Coca-Cola Hellenic porodici na rukovodećim pozicijama. Program je uveden sa ciljem da pomognemo tim kolegama da nađu odgovore na različita pitanja sa kojima se svakodnevno suočavaju na novoj poziciji.

Pomenuti program je dizajniran je tako da rukovodiocima obezbedi neophodna znanja i veštine za uspešno vođenje tima, kao i upoznavanje sa svim procesima koji stoje u vezi sa razvojem zaposlenih.

Drugi ciklus programa sadržao je četiri treninga i svi treninzi održani su u našim prostorijama, puta puta u toku godine.



First Time Leader Essentials

U toku 2019. godine održane su sledeće obuke:

TIP PROGRAMA	BROJ ZAPOSLENIH
Learning month	129
PwC Akademija Srbija: Mini MBA (eksterna obuka koju finansijski podržava kompanija)	10
First Time Leaders' Essentials	25
ACCA (Association of Chartered Certified Accountants) (eksterna obuka koju finansijski podržava kompanija)	4
CFA (The Chartered Financial Analyst) program (eksterna obuka koju finansijski podržava kompanija)	2
CIMA (The Chartered Institute of Management Accountants) (eksterna obuka koju finansijski podržava kompanija)	1
CIA (Certified Internal Auditor) (eksterna obuka koju finansijski podržava kompanija)	1
ODP: Operators Development Program	162
MDP: Maintenance Development Program	14
WDP: Warehouse Development Program	20
Situational Leadership	18
Finance for non-finance	47
SBA: Sales Building Academy	95
The Foundation Negotiator	87
Marketing Curriculum (eksterna obuka koju finansijski podržava kompanija)	41
Upravljanje konfliktima	11
Vrhunski komunikator	7
Category Management Workshop – Nielsen	6
Inovativno donošenje odluka	26
Data to Insights Workshop	30
Coaching Leadership Style	8
Excell trening	27
Lead. Motivate. Inspire	10
Line Manager Capability – put do pravog kandidata	11
Retailer Business Simulation – FoCM	38
Selling story development workshop	15
Strategic Negotiation Workshop –GAP	15

Mesec učenja

Mesec učenja je predviđen, pre svega, za zaposlene koji nisu na rukovodećim pozicijama. Uglavnom se sastoji od dva do tri treninga namenjena razvoju različitih kompetencija, i dva do tri treninga namenjena upoznavanju našeg biznisa, kompanije, sektora i procesa rada u našoj kompaniji. Tokom 2019. godine, održana su dva meseca učenja. Prvi ciklus je održan u aprilu, i tada su zaposleni imali priliku da prisustvuju treninzima na teme: „Brend essentials and brand development“, „Finance for non-finance“, „Efektivna komunikacija“, „Virtuelni trening lične efektivnosti i upravljanja vremenom“.

Drugi mesec učenja održan je na jesen, u oktobru mesecu, i tada je pokriveno šest novih korisnih tema: „Akvizicija talenata“, „Veštine pregovaranja“, „Mini Super ambasador trening“, „Planiranje i upravljanje karijerom“, „Route to Market“. Tokom godine više od 100 naših kolega rukovodilaca izdvojilo je vreme za dodatan rad na sebi i za učešće u tim treninzima.

Prilike za učenje, razvoj i inoviranje

Ispunjavanjem individualnog razvojnog plana, svaki naš zaposleni na organizovan način pristupa radu na ličnom rastu i razvoju, doprinoseći, na taj način, napretku čitave kompanije. Kako bismo svojim kolegama omogućili da na brži, lakši i bolji način dođu do prilika za sticanje novih iskustava, učenje i predlaganje novih rešenja, tokom 2019. godine sproveli smo sledeće programe:

- **Innovation for Growth platformu za generisanje ideja i bržu implementaciju inovacija u našem poslovanju**
- **Leader's HUB i Learner Home – pristup on-lajn edukativnim materijalima koji pružaju podršku zaposlenom na svakom koraku razvoja njegove profesionalne karijere.**

Pored toga, redovno obnavljamo CCH biblioteku, kako bi zaposleni koji preferiraju da uče iz knjiga imali raspoložive naslove da ih u tome podrže.



ZDRAVLJE I BEZBEDNOST

S obzirom na proizvodni karakter našeg poslovanja, kao i činjenicu da veliki deo naših kolega iz prodaje radi na terenu, briga za bezbednost i zdravlje naših zaposlenih, ali i preduzimača i posetilaca čine jedan od prioriteta naše kompanije. Naš pristup toj temi definisan je Politikom zaštite zdravlja i bezbednosti na radu.

Cilj je da se politikom i programom zaštite i bezbednosti na radu osigura i održi zdravo i bezbedno radno okruženje, da se uklone opasnosti, redukuju rizici po bezbednost i zdravlje na radu, da se podigne svest o bezbednosti i zaštiti među zaposlenima, izvođačima radova, posetiocima i drugima koji mogu biti pod uticajem naših poslovnih aktivnosti.

U želji da izbegnemo incidente i povrede na radu sprovodimo sledeće aktivnosti:

- posvećujemo posebnu pažnju razvoju i primeni zakonskih zahteva i ostalih međunarodno priznatih standarda u toj oblasti, kao i razvoju visokih internih standarda
- uključujemo strategiju zaštite zdravlja i bezbednosti na radu u godišnji proces planiranja poslovanja, programe merenja učinka i kontinuiranog unapređenja procesa
- kontroliramo rizike radnog okruženja s ciljem sprečavanja incidenata i prevencije povreda i bolesti
- pružamo sveobuhvatnu obuku i redovno uključujemo svoje zaposlene na svim nivoima u aktuelne programe zaštite na radu.

Pored poštovanja svih zakonskih zahteva, primenjujemo i međunarodno priznat sistem upravljanja OHSAS 18001, kao i Coca-Cola Hellenic i TCCC KORE standarde u vezi sa bezbednošću na radu.

Za razvoj programa za upravljanje zdravljem i bezbednošću na radu u kompaniji zadužen je Sektor održivog razvoja, koji sprovodi analizu rizika za svako radno i mesto i za svaku zonu boravka zaposlenih, i formuliše i sprovodi odgovarajuće preventivne programe. Uz to, na nivou kompanije Odbor za bezbednost i zdravlje na radu pomaže pri praćenju i davanju saveta u vezi sa programima zaštite na radu. Odbor se sastoji od pet članova – tri člana su predstavnici zaposlenih, a dva predstavnici poslodavca.

Pitanje bezbednosti i zdravlja na radu obuhvaćeno je i kolektivnim ugovorom, kojim su posebno definisana radna mesta sa povećanim rizikom, kao i prava i obaveze zaposlenih na takvim radnim mestima. Kolektivnim ugovorom su, takođe, definisana prava i obaveze poslodavca da zaposlenom izda na upotrebu opremu za ličnu zaštitu na radnom mestu. Pored toga, u delu bezbednost i zdravlje na radu razmatra se i pitanje osposobljavanja zaposlenih za bezbedan rad, kao i obaveza poslodavca da osigura zaposlene od povreda na radu. Prema kolektivnom ugovoru, zaposleni ima pravo da poslodavcu daje predloge, primedbe i obaveštenja o pitanjima bezbednosti i zdravlja na radu. Opasnosti u vezi sa radom zaposleni mogu da prijave usmeno ili pismeno svom rukovodiocu, licu za BZR ili Odboru za BZR, kao i korišćenjem programa bezbednosti i zdravlja na radu – Near miss program, Bezbednost zasnovana na ponašanju (BBS).

Bezbednost zasnovana na ponašanju

Bezbednost zasnovana na ponašanju predstavlja program menjanja kulture zaposlenih posmatranjem procesa rada i zaposlenih tokom obavljanja radnih zadataka. Pomenuti program je potekao od Coca-Cola kompanije i predstavlja jedan od poslovnih prioriteta, a implementiran je u proizvodnji i magacinima u obe punionice. Program je baziran na utvrđivanju i identifikaciji razloga zbog kojih se ljudi izlažu riziku prilikom obavljanja svog posla, kako bi, na osnovu detaljne analize, mogli da menjaju stare navike i prihvate kulturu bezbednosnog sistema.

Glavni cilj je omogućiti konstruktivni razgovor i ohrabriti zaposlene na svim nivoima da komuniciraju i pružaju povratne informacije o ponašanju koje utiče na bezbednost. Identifikacijom sistemskih barijera koje dopuštaju rizično ponašanje menja se svest i uvode se proaktivne mere koje imaju za cilj eliminaciju skrivenih i prisutnih rizika, kako bi aktivnosti koje se obavljaju bile potpuno bezbedne.

Sledeći korak u poboljšanju sistema bezbednosti jeste implementacija tog programa u sektoru prodaje na terenu, što je planirano za 2020. godinu.



Near miss program

Near miss situacije jesu one situacije koje potencijalno mogu dovesti do povređivanja ili oštećenja imovine, ali ipak nisu - situacije poput pada materijala sa visine, saplitanja preko neke prepreke i slične. Prijavlivanje takvih slučajeva je veoma važno, jer nam daje mogućnost da sprečimo da se ponove slične situacije i da dođe do povrede. Zaposleni u administraciji i prodaji na terenu Near miss situacije prijavljuju slanjem i-mejla licu zaduženom za bezbednost na radu, dok za zaposlene u magacinu i proizvodnji postoji procedura prilagođena prirodi njihovog posla. Osim u okviru obuke za novozaposlene, svi zaposleni, takođe, jednom godišnje prolaze obuku o Near miss programu. Nakon svake prijave, odgovorne osobe istražuju Near miss situaciju i pronalaze uzrok koji je doveo do nje, nakon čega se realizuju korektivne akcije.

EDUKACIJA I PODIZANJE SVESTI



Nastojimo da, stalnom komunikacijom sa zaposlenima, sprovođenjem zanimljivih i praktičnih edukativnih aktivnosti i javnim isticanjem zaposlenih koji predstavljaju najpozitivnije primere bezbednog ponašanja na radnom mestu, jačamo svest o važnosti bezbednog ponašanja i da motivišemo zaposlene da u još većoj meri brinu o sebi, ali i o drugima.

Jednu od takvih aktivnosti predstavlja i **Nedelja bezbednosti i zdravlja na radu**, koja se održava dva puta godišnje sa ciljem širenja svesti o potrebi angažovanja svih zaposlenih u usvajanju bezbednog ponašanja na svakodnevnom nivou. Tema prve Nedelje bezbednosti i zdravlja na radu 2019. godine bilo je prepoznavanje stresnih situacija, pronalaženje načina da se njima upravlja, i poboljšanje svakodnevne ravnoteže u profesionalnom i i privatnom životu. Tema druge Nedelje bezbednosti i zdravlja na radu bila je bezbednost u unutrašnjem i javnom saobraćaju, bezbedan rad na mašinama i ergonomija – svaka od tema je bila osmišljena u odnosu na rizike koje različite kategorije zaposlenih imaju u svom svakodnevnom poslu.

Osim navedenih kampanja, obeležavamo i svetski **Dan bezbednosti i zdravlja na radu – 28. april**, kao i **Nedelju održivog razvoja** koja u svojoj agendi sadrži i deo posvećen bezbednosti.

Kada je reč o obukama za sve zaposlene, uvodni trening za novozaposlene obuhvata i deo posvećen bezbednosti i zdravlju na radu, a periodično se održava i opšti trening iz te oblasti, koji opisuje rizike na radnom mestu i u radnoj okolini. U zavisnosti od pozicije, za različita radna mesta sprovode se i sledeće obuke: rad na visini, bezbedno izvođenje toplih radova, bezbedno rukovanje hemikalijama, štetni uticaj buke, ručna manipulacija teretom, bezbedno rukovanje ručnim viljuškarom i bezbedna vožnja viljuškara (teorijski i praktičan trening), bezbedan rad električara, rad u hladnjači, lock-out-/tag-out za rukovodioce i zaposlene, bezbedan rad u zatvorenom prostoru, BZR za rukovodioce, pružanje prve pomoći, rad sa komprimovanim gasovima, pravilno korišćenje lične zaštitne opreme, obuka za spoljne izvođače radova, respiratorna zaštita, bezbedna i defanzivna vožnja (teorijska i praktična obuka), bezbednost zasnovana na ponašanju i Near miss program

Zdravlje i dobra kondicija

Sa ciljem prevencije i očuvanja dobrog zdravlja, Coca-Cola HBC Srbija svojim zaposlenima obezbeđuje godišnji sistematski pregled sa pet specijalističkih lekarskih pregleda.

Porodični dan, koji organizujemo svake godine, objedinjuje opuštanje i odmor u prirodi, sportska takmičenja i humanitarne akcije.

Povrede na radu

O učinku u pogledu bezbednosti redovno se izveštava u našem lokalnom godišnjem izveštaju o održivosti i u izveštaju na nivou Grupe, a kompanija u svoje izveštaje uključuje i manje povrede (first-aid level injuries). Pri beleženju i statističkom izveštavanju o nesrećama u kompaniji se primenjuju dva standarda: lokalni i standard Coca-Cola Hellenic Grupe koji je usklađen sa standardima Međunarodne organizacije rada. U slučaju nesreće, postupa se prema onom standardu koji je stroži za datu situaciju.

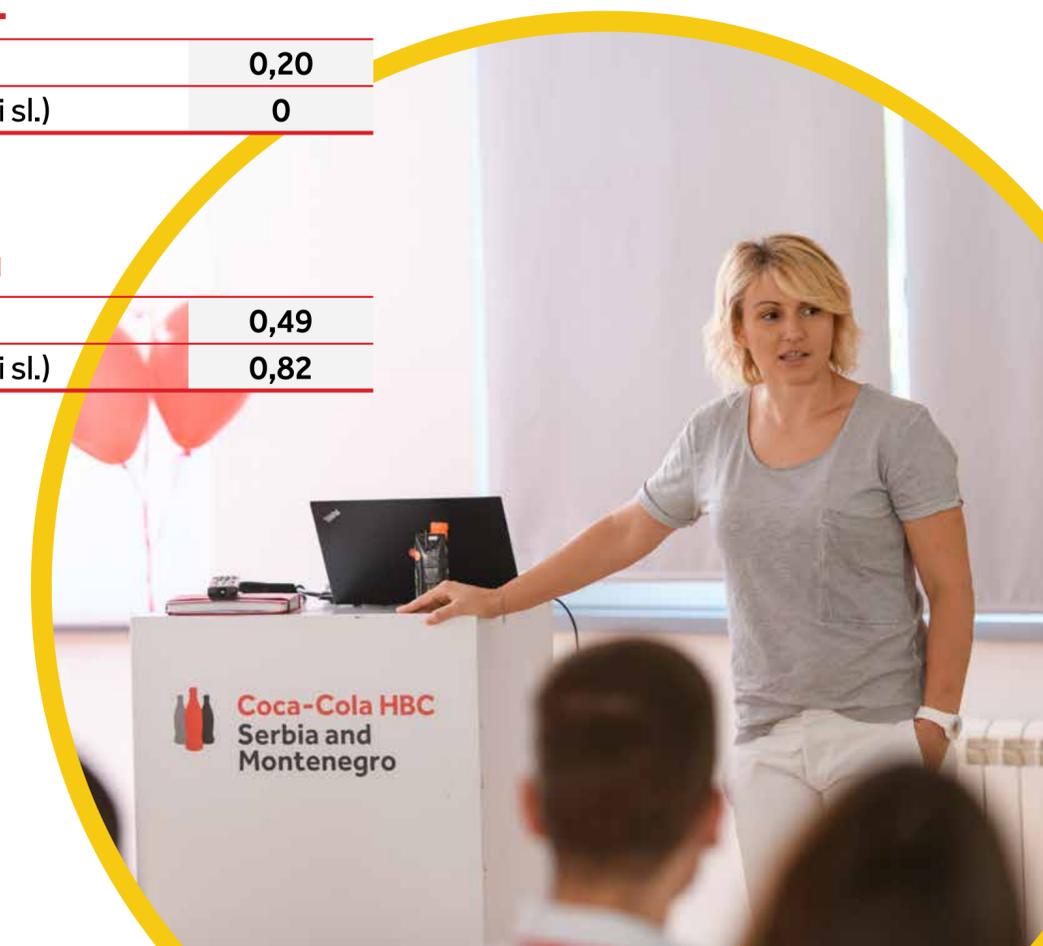
Tokom 2019. godine nije bilo nesreća sa fatalnim ishodom, kao ni profesionalnih oboljenja, a zabeleženo je ukupno devet povreda na radu, od kojih su dve teže povrede. Glavni tipovi povreda tokom 2019. godine jesu: prelom, kontuzije/udarci i posekotine.

Stopa teških povreda na radu 2019.

Zaposleni	0,20
Radno angažovani (obezbeđenje, higijena i sl.)	0

Stopa zabeleženih povreda na radu

Zaposleni	0,49
Radno angažovani (obezbeđenje, higijena i sl.)	0,82

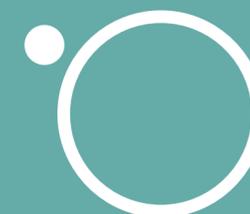




ŽIVOTNA SREDINA

Ciljevi održivosti / Upravljanje vodnim resursima

Zaštita energetske resursa / Održiva ambalaža i recikliranje





PRIORITETNE OBLASTI:

- UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA
- ZAŠTITA ENERGETSKIH RESURSA I KLIME
- ODRŽIVA AMBALAŽA I RECIKLIRANJE

KLJUČNI POKAZATELJI:

- POTROŠNJA ENERGIJE
- POTROŠNJA VODE
- UKUPNO GENERISAN OTPAD
- PROCENAT RECIKLIRANOG OTPADA
U ODNOSU NA UKUPNO GENERISAN OTPAD
- OTPAD KOJI SE ODLAŽE NA DEPONIJU

DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



ŽIVOTNA SREDINA

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija strategiju i ciljeve zaštite životne sredine uključujemo u proces poslovnog planiranja, kako bismo osigurali da upravljanje uticajima na životnu sredinu bude sastavni deo našeg poslovanja. Drugim rečima, to znači da identifikujemo i stalno preispitujemo sve svoje uticaje, kao i mogućnosti za unapređenje u pogledu zaštite životne sredine, postavljamo godišnje merljive ekološke ciljeve i pratimo njihovo ispunjenje, kako bismo obezbedili kulturu stalnog unapređenja i usaglašenost sa svim zahtevima.

Posvećeni smo odgovornom ponašanju prema životnoj sredini prilikom sprovođenja svih svojih poslovnih aktivnosti. Težimo da ostvarimo stabilan napredak u ispunjavanju standarda zaštite životne sredine, istovremeno radeći na tome da sve negativne uticaje na lokalno i globalno okruženje koji mogu nastati širenjem našeg poslovanja svedemo na minimum.

U želji i nameri da ostvarimo svoje ciljeve, Politikom zaštite životne sredine obavezali smo se da poslujemo u skladu sa svim primenljivim zakonskim propisima i međunarodno priznatim standardima u pogledu zaštite životne sredine, kao i da aktivno saradujemo sa svojim poslovnim partnerima i zainteresovanim stranama, kako bismo razvili održiva rešenja i smanjili negativan uticaj na životnu sredinu. Uz to, transparentno komuniciramo sopstveni učinak u oblasti zaštite životne sredine, interno i eksterno.

Naše poslovanje je u potpunosti usklađeno sa važećim zakonima i propisima o zaštiti životne sredine, što potvrđuje i činjenica da u 2019, kao ni prethodnih godina, nije bilo slučajeva neusaglašenosti sa propisima koji su trenutno na snazi. Osim toga, interne i eksterne zainteresovane strane mogu podneti prigovore u vezi sa životnom sredinom putem zvaničnog i-mejla i telefona kompanije, a tokom 2019. godine na taj način nije upućen nijedan prigovor.

U upravljanju životnom sredinom primenjujemo međunarodno priznat sistem ISO 14001, kao i niz internih procedura i politika:

- Politiku zaštite životne sredine
- Politiku o klimatskim promenama
- Politiku upravljanja otpadnom ambalažom nakon konzumacije
- Politiku upravljanja vodnim resursima.



CILJEVI ODRŽIVOSTI KOMPANIJE COCA-COLA HBC

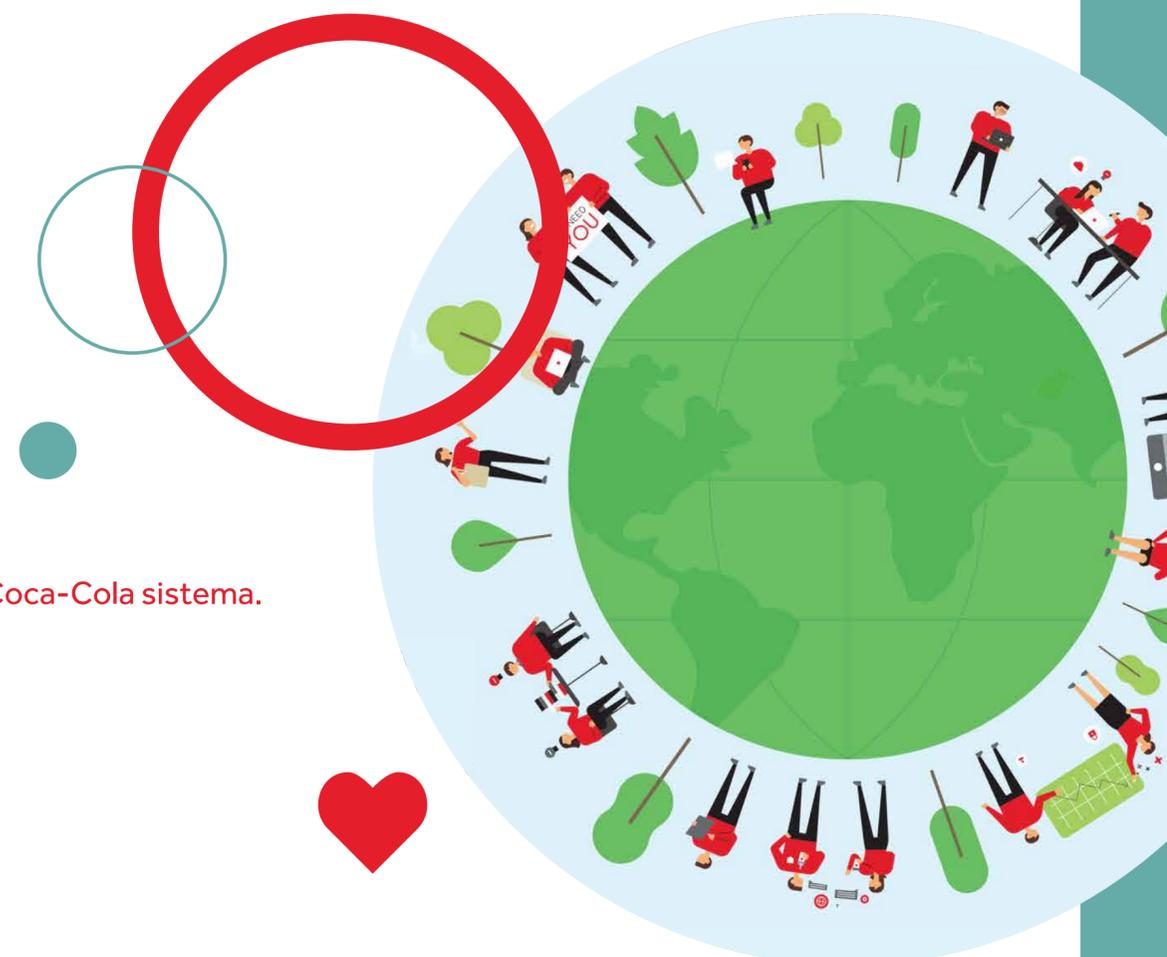
Smanjenje uticaja na životnu sredinu u celokupnom lancu vrednosti za nas predstavlja osnovni cilj. Od 2004. godine postavljamo godišnje ciljeve za poboljšanje učinka i radimo na postizanju ambicioznih ciljeva za 2020., odnosno 2025. godinu.

Kao nastavak prethodnih planova u okviru kojih se Grupa obavezala da će smanjiti intenzitet potrošnje vode za 30 odsto i direktnu emisiju ugljen-dioksida za 50 odsto, u septembru 2016. godine objavljeni su ciljevi održivosti, prema kojima se Coca-Cola HBC Grupa, u oblasti zaštite životne sredine, obavezuje da će (u odnosu na baznu 2010. godinu) do 2020. godine:

- koristiti 40 procenata ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora
- smanjiti emisiju ugljen-dioksida za 25 procenata u lancu vrednosti
- sertifikovati sve punionice Water stewardship sertifikatom
- reciklirati najmanje 40 procenata ukupne ambalaže na tržištu u proseku
- koristiti recikliranu PET ambalažu i/ili PET ambalažu od obnovljivog materijala za 20 procenata ukupne PET ambalaže
- smanjiti ambalažu za 25 procenata po litru proizvedenog napitka
- sertifikovati preko 95 procenata ključnih sastojaka poljoprivredno-prehrambenog porekla u skladu sa Principima održive poljoprivrede Coca-Cola sistema.

Novim ciljevima održivosti do 2025. godine, kompanija se obavezala da će, u odnosu na 2017, kao baznu godinu:

- koristiti 50 procenata ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora
- smanjiti emisiju ugljen-dioksida za 30 procenata u direktnim operacijama
- smanjiti upotrebu vode za 20 procenata u punionicama koje su locirane u oblastima pod rizikom
- omogućiti dostupnost vode u 100 procenata zajednica u oblastima pod rizikom u kojima se nalaze naše punionice
- pomoći u prikupljanju ambalaže koja čini ekvivalent količini od 75 procenata naše primarne ambalaže
- koristiti recikliranu PET ambalažu i/ili PET ambalažu od obnovljivog materijala za 35 procenata ukupne PET ambalaže
- sertifikovati preko 100 procenata ključnih sastojaka poljoprivredno-prehrambenog porekla u skladu sa Principima održive poljoprivrede Coca-Cola sistema.



Biodiverzitet

Sa izuzetnom pažnjom pristupamo praćenju uticaja sopstvenih delatnosti i proizvoda na zaštićenim područjima i na područjima visoke vrednosti u pogledu biodiverziteta. Na tim specifičnim područjima nismo identifikovali značajne uticaje. Na područjima naših poslovnih delatnosti, takođe, nisu prisutne vrste sa Crvenog popisa IUCN-a i nacionalnih popisa ugroženih vrsta.

Uključivanje zaposlenih

Verujemo da je zaštita životne sredine odgovornost svih naših zaposlenih, te svaki novozaposleni u okviru uvodne obuke prilikom početka rada prolazi i kroz deo koji je u vezi sa zaštitom životne sredine. Pored toga, svake godine održavamo niz obuka sa ciljem unapređenja kompetencija svojih zaposlenih.

Ekološki parametri

U svim punionicama se prate sledeći ekološki parametri:

POTROŠNJA ENERGIJE (U MEGADŽULIMA PO LITRU PROIZVEDENOG PIĆA)

POTROŠNJA VODE (U LITRIMA PO LITRU PROIZVEDENOG PIĆA)

UKUPNO GENERISAN OTPAD (U GRAMIMA PO LITRU PROIZVEDENOG PIĆA)

RECIKLIRAN OTPAD (PROCENAT RECIKLIRANOG OTPADA U ODNOSU NA UKUPNO GENERISAN OTPAD)

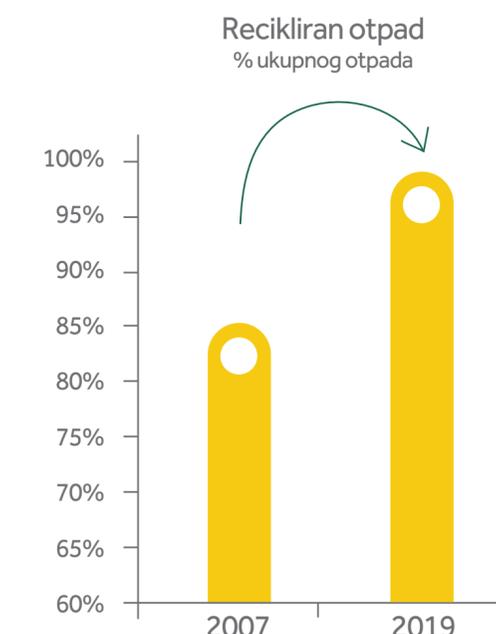
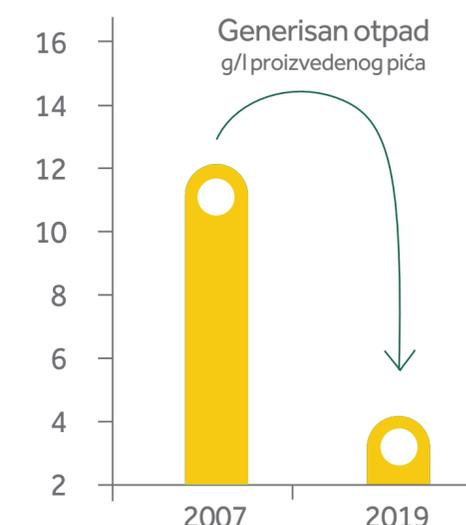
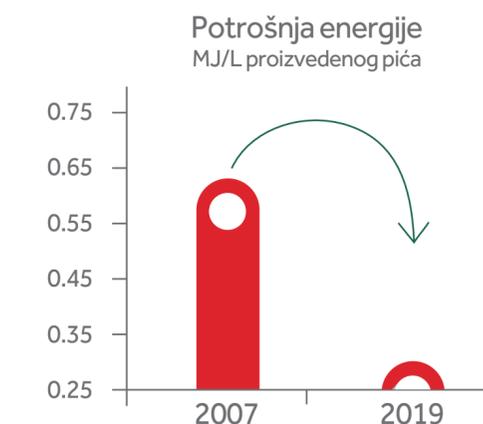
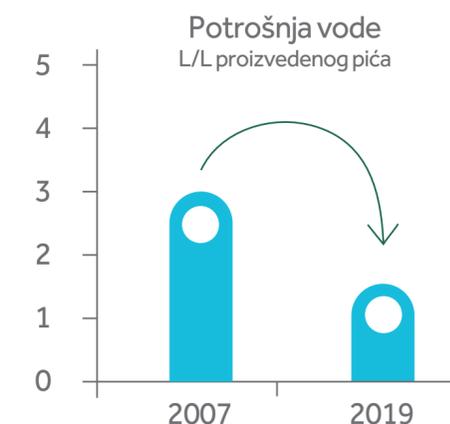
OTPAD KOJI SE ODLAŽE NA DEPONIJU (U GRAMIMA PO LITRU PROIZVEDENOG PIĆA).

Na nivou čitave Coca-Cola HBC kompanije, tako i u Srbiji, 2014. godine uveden je i novi vodeći ekološki parametar NL – Near Loss. Parametar NL uveden je sa ciljem podizanja svesti zaposlenih i unapređenja rezultata ostalih parametara, a sastoji se u detektovanju mogućih gubitaka ekoloških resursa i njihovom pravovremenom otklanjanju. Primenom tog parametra, u 2019. godini ostvarili smo odličan rezultat i imali čak 96 posto uspešno realizovanih akcija.

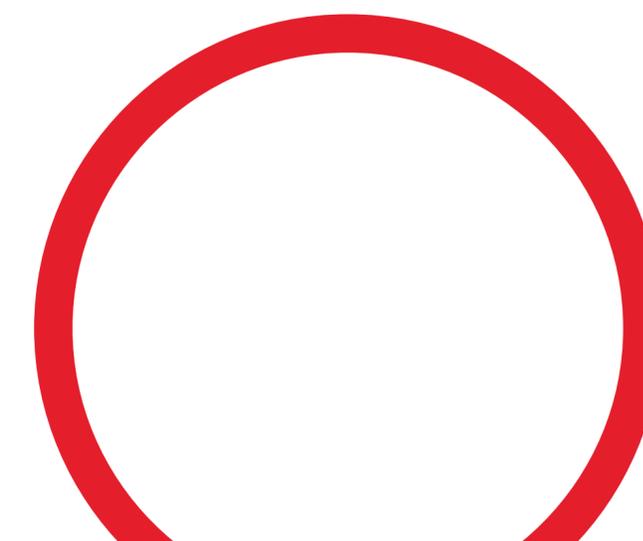
Navedeni parametri čine sastavni deo godišnjeg poslovnog planiranja. U okviru toga, krajem svake godine, planira se potrošnja vode i energije, odnosno proizvodnja i reciklaža otpada u sledećoj godini i postavljaju se ciljevi na godišnjem i kvartalnom nivou. Svojim naporima za postizanje lokalnih ciljeva u smanjenju potrošnje energije, vode, količine generisanog otpada i rasta procenta recikliranog otpada,

Coca-Cola HBC Srbija doprinosi ostvarivanju dugoročnih ciljeva postavljenih na nivou Grupe. Dostizanje ciljeva se prati na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou i o tim rezultatima se izveštava top menadžment, 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. Proces praćenja ekoloških parametara se, takođe, sprovodi i u našim distributivnim centrima.

Od 2012. godine, Coca-Cola HBC Srbija je dobila UNIDO deklaraciju za dobru praksu uvođenja hemijskog lizinga u beogradskoj punionici, poslovnog modela koji podrazumeva smanjenje potrošnje hemikalija, kao rezultat ekonomskih interesa korisnika i proizvođača, uz smanjenje nepovoljnih uticaja na životnu sredinu – prevenciju zagađenja.



	POTROŠNJA VODE				POTROŠNJA ENERGIJE				GENERISAN OTPAD				RECIKLIRAN OTPAD			
	L/L PROIZVEDENOG PIĆA				MJ/L PROIZVEDENOG PIĆA				g/L PROIZVEDENOG PIĆA				%			
	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh
2007	3.2226	2.4196	1.4704	12.1049	0.6131	0.5107	0.2166	2.021	12.335	12.2712	0.7628	31.2374	86.15%	90.26%	73.51%	74.39%
2019	1.49	1.55	1.33	na	0.29	0.36	0.14	na	5.79	7.95	0.30	na	99.11%	99.13%	98.01%	na
2007vs2019	-53,80%	-36%	-9%	na	-52%	-30%	-35	na	-53%	-35%	-61%	na	15%	10%	33%	na



UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA

Voda je, kao resurs, u srcu našeg poslovanja. Osim toga što čini osnovni sastojak naših proizvoda, voda je ključna i u našem procesu proizvodnje i neophodna za uzgajanje poljoprivrednih proizvoda koji ulaze u sastav naših napitaka. Svesni smo i njene neprocenjive vrednosti za zajednice u kojima poslujemo, s obzirom na to da je postojanje dovoljnih količina pristupačne, ispravne vode dobrog kvaliteta esencijalno za zdravlje ljudi i ekosistema. Zbog svega toga je upravljanje vodnim resursima ključni prioritet za našu kompaniju i zato posvećeno radimo na očuvanju tih resursa u svim aspektima svojih operacija. Navedeni pristup potvrđuje i Coca-Cola HBC Politika upravljanja vodnim resursima, kojom smo se obavezali da ćemo konstantno raditi na smanjenju potrošnje vode u svojim procesima, tretirati sve svoje otpadne vode i implementirati standarde za upravljanje i očuvanje vodenih resursa.

S obzirom na to da smanjenje količine vode u samim proizvodima nije moguće, fokusirani smo na povećanje efikasnosti potrošnje vode u svojim procesima, tako što ćemo smanjiti upotrebu i ponovnu upotrebu, uz stalno ulaganje u nove inovativne tehnologije. Pored praćenja direktnih uticaja svog poslovanja, posvećeni smo i praćenju širih indirektnih uticaja u vezi sa vodnim resursima – upotrebi vode u našem lancu dobavljača i zaštiti vodenih slivova.

Prema ciljevima održivosti do 2025. godine, na nivou Grupe planirano je smanjenje upotrebe vode za 20 posto u punionicama koje su locirane u oblastima pod rizikom, kao i dostupnost vode u 100 posto zajednica u oblastima pod rizikom u kojima se nalaze naše punionice.

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 bi se osigurala njihova održivost. Nijedna od punionica Coca-Cola HBC Srbija ne pripada područjima pogođenim znatnim crpljenjem vode, a takođe nijedan izvor vode koji koristimo nije pogođen crpljenjem vode naše kompanije. Ciljevi koji se odnose na potrošnju vode se postavljaju na početku svake godine u skladu sa projektima i programima koji su u vezi sa uštedom vode.

U punionici u Beogradu se većim delom koristi bunarska voda, a, ukoliko je potrebno, koristi se i voda iz gradskog vodovoda. Potom, voda u okviru fabrika prolazi tretman obrade pre nego što dospe u finalni proizvod. Nakon procesa proizvodnje, otpadne vode idu na tretman otpadnih voda, pre nego što dospeju u rečni tok Dunava. U punionici Vlasinka, voda se crpi iz prirodnih izvora, prolazi kroz proces proizvodnje i završava na tretmanu otpadnih voda pre nego što se ulije u Toplodolsku reku. Uticaji potrošnje vode na životnu sredinu ispituju se najmanje jednom godišnje, a, u slučaju potrebe, ili uvođenja novih aktivnosti, i više puta godišnje.

Stejkholder forum 2019 – budućnost upravljanja vodnim resursima

O značaju koji upravljanje vodnim resursima ima za Coca-Cola HBC Grupu, govori i činjenica da je Stejkholder forum, održan u oktobru 2019. godine u Atini bio posvećen upravo toj temi. Tom prilikom, okupili smo predstavnike 35 zainteresovanih strana iz 20 zemalja, kako bismo diskutovali o njihovim stanovištima i saslušali preporuke u vezi sa unapređenjem svog pristupa upravljanju vodnim resursima. Okupljanje kupaca, profesionalnih i neprofitnih udruženja, investitora i analitičara rizika na jednom mestu, omogućilo nam je da naučimo više o smanjenju upotrebe vode u sopstvenom lancu nabavke i poljoprivrednoj proizvodnji, kao i o mogućim partnerstvima i uticaju na podizanje svesti o potrošnji vode u domaćinstvima.



Posvećenost globalnim inicijativama

Na međunarodnom nivou, Coca-Cola HBC jeste jedan od osnivača CEO Water Mandate globalnog dogovora Ujedinjenih nacija. Pomenuta inicijativa preduzeta je sa ciljem hvatanja u koštac sa problemima održivosti vodenih resursa u operacijama, sistemima snabdevanja i zajednicama, kao i da se bliskom saradnjom sa vladom i nevladinim organizacijama učestvuje u oblikovanju javnih politika u toj oblasti. U nameri da se postigne bolje razumevanje upotrebe vode u našem sistemu snabdevanja, Coca-Cola HBC Grupa, takođe, saraduje i sa Water Footprint Network, globalnom platformom koja povezuje različite aktere zainteresovane za održivo i efikasno korišćenje vodenih resursa.

Zlatni EWS sertifikat za naše punionice

Od 2015. godine obe naše punionice nose Zlatni EWS sertifikat, koji dodeljuje Evropska agencija za upravljanje i očuvanje voda (EWS – European Water Stewardship). Navedena agencija predstavlja deo Evropskog partnerstva za vode koje čine zemlje članice EU, i koje se bavi inspekcijom i sertifikacijom fabrika i aktivnom zaštitom vodotokova širom Evrope.

Na osnovu sledećih kriterijuma EWS donosi ocenu: optimalnog utroška za potrebe flaširanja vode, hemijskog kvaliteta i bioloških elemenata same vode, odgovornog postupanja sa izvorima vode, očuvanja izvora i vraćanja vode u prirodne tokove. Priznanje se dodeljuje u tri kategorije – bronzanoj, srebrnoj i zlatnoj.

Rosa je nosilac Zlatnog EWS sertifikata od 2014. godine, dok je sertifikacija u beogradskoj punionici izvršena u novembru 2015. godine.



Naša strategija upravljanja vodnim resursima bazirana je na tri temeljna principa:

- Voda koju koristimo u proizvodnji: štitimo izvore vode koji snabdevaju naša postrojenja, smanjujemo količinu vode koja se koristi u proizvodnji napitaka i prečišćavamo 100 posto svojih otpadnih voda do nivoa koji ne ugrožava biljni i životinjski svet
- Radimo partnerski sa dobavljačima, kako bismo smanjili uticaj na vodene resurse u celom lancu vrednosti
- Ulažemo u projekte očuvanja vode u zajednici, kako bismo inovativnim održivim tehnologijama obnovili vodu koju koristimo, a, takođe, promovisemo i svest o značaju odgovornog upravljanja vodnim resursima, kako našim zaposlenima, tako i eksternoj javnosti.

Na nivou Coca-Cola HBC Grupe obavezali smo se da u periodu od 2010. do 2020. godine smanjimo potrošnju vode po litru proizvedenog pića za 30 posto. U Coca-Cola HBC Srbija, zahvaljujući sprovedenim inicijativama, potrošnja vode po litru proizvedenog pića je u periodu od 2007. do 2019. godine smanjena za 53,8 posto.

Potrošnja vode – punionice*	jedinica	BEOGRAD 2019.	VLASINKA 2019.	TOTAL SRBIJA
Podzemna voda (utrošena)	1.000L	421.217,00	206.492,00	627.709,00
Voda iz gradskog vodovoda (utrošena)	1.000L	187.663,00	0	187.663,00
Total (utrošena)	1.000L	608.880,00	206.492,00	815.372,00
Ukupno crpljena voda***	1.000L	608.880,00**	459.926,00***	1.068.806,00

*Sveža voda. Količina merena protokomerom

**utrošena = crpljena voda

***podzemna voda

Procenat i ukupna zapremina reciklirane i ponovo upotrebijene vode	jedinica	BEOGRAD 2019.	VLASINKA 2019.	TOTAL SRBIJA
Ponovo upotrebijena voda	1.000L	43.890,00	1.594,00	45.484,00
Ponovo upotrebijena voda	%	7%	0,8%	6%

Efikasna upotreba vode

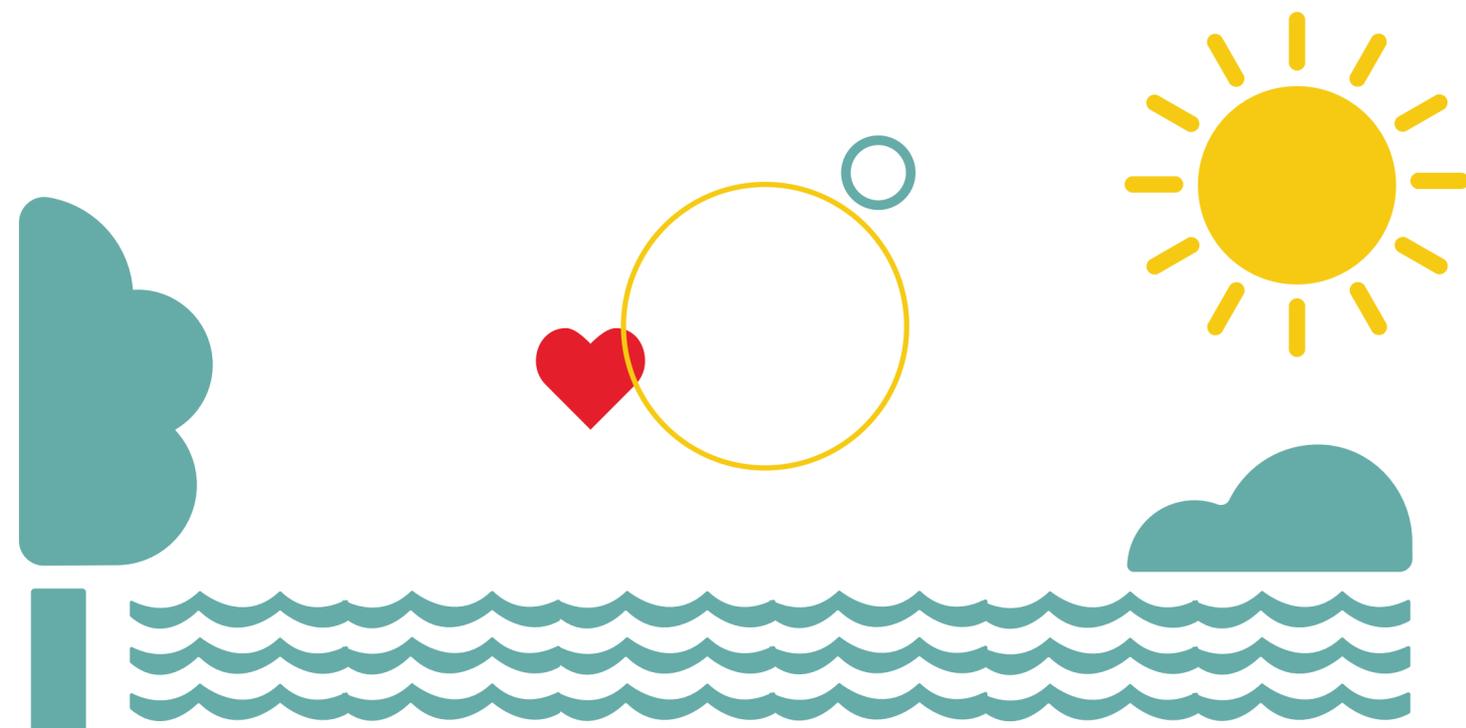
Tokom 2019. godine sproveden je niz akcija za smanjenje potrošnje vode i hemikalija u proizvodnom procesu, a najvažnije među njima jesu:

- promena tipa transportera na liniji stakla na tip sa polusuvim podmazivanjem
- unapredjenje grejnog tunela na liniji za punjenje limenki

Naše punionice 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 jeste i jedan od zahteva EWS standarda, a vrši se prema direktivi EU za prioritete supstance „DIRECTIVE 2013/39/EU as regards priority substances in the field of water policy“.

Kvalitet otpadnih voda redovno kontrolišu, interno i eksterno, akreditovane laboratorije. Parametri koji se prate, prema našoj zakonskoj regulativi, kao i prema zahtevima EWS i TCCC standarda (The Coca-Cola Company KORE), nalaze se 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.

Za atmosferske vode, pre ulivanja u gradsku kišnu kanalizaciju, u našim punionicama postoji uljni separator za sprečavanje potencijalnog zagađenja koje bi moglo da potiče sa manipulativnih površina (utovar/istovar kamiona, parking). Atmosferske vode, na kvartalnom nivou, takođe, kontrolišu akreditovana laboratorija. Uz to, u punionicama na svim mestima na kojima je identifikovan rizik od mogućeg curenja ulja/hemikalija postoje odgovarajući apsorberi za sanaciju koji se kontrolišu u redovnim mesečnim proverama.



Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu*	jedinica	BEOGRAD 2019.	VLASINKA 2019.	TOTAL SRBIJA
Ukupna ispuštena voda**	m ³	254.994,00	41.476,00	296.469,74
Odredište		Dunav	Toplodolska reka	
COD nakon tretmana	Mg/l	12,00	7,7	

*Metode obrade podataka: Fabrički WWT, podaci o količini ispuštene vode dobijeni merenjem, podaci o kvalitetu na osnovu analiza autorizovane laboratorije. Nivoi hemijske potrošnje kiseonika (COD) pokazuju kvalitet naših otpadnih voda.

**Sveža voda. Odnosi se samo na tehnološku vodu. Atmosferske vode nisu uključene.

***Sva tehnološka voda koja se ispušta u obe fabrike prolazi kroz sve nivoe prečišćavanja u okviru tretmana otpadnih voda, odnosno ne postoji podela količina ispuštene vode prema nivou tretiranja.

ZAŠTITA ENERGETSKIH RESURSA I KLIME

Goruća pitanja klimatskih promena i dostupnosti čistih izvora energije prepoznata su kao visoki prioritet od širokog kruga zainteresovanih strana, kao i od naše kompanije. Stoga, analiziramo potencijalne rizike za naše poslovanje koji mogu proisteci iz klimatskih promena i proaktivno preuzimamo mere, kako bismo ih predupredili ili ublažili. Rizici koje prepoznajemo odnose se na dostupnost resursa (npr. vode, voća i šećera), povećanje cene energenata, zatim na rizike za naše dobavljače, kupce i zajednice u kojima smo prisutni.

U želji i nameri da sami doprinosimo borbi protiv klimatskih promena, odlučni smo u smanjivanju uticaja svog poslovanja, pre svega održivim korišćenjem energije. Naš pristup podrazumeva unapređenje energetske efikasnosti, prelazak na čistije izvore energije i razvoj novih niskokarbonskih tehnologija. Istovremeno, kako bismo obuhvatili i indirektno uticaje svog poslovanja, težimo i smanjenju emisija u lancu vrednosti i učestvujemo u podizanju svesti o rizicima klimatskih promena. Inovacijama i investicijama, težimo da rizike klimatskih promena preokrenemo u nove mogućnosti za održivi razvoj poslovanja.

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

Coca-Cola HBC Grupa se obavezala da u periodu od 2010. do 2020. godine smanji karbonski otisak u gramima po litru proizvedenog pića za 50 procenata (iz direktnog poslovanja – scope 1&2) i za 25 procenata (scope 1,2&3 – iz direktnog i indirektnog poslovanja).

Projekat za smanjenje karbonskog otiska

Coca-Cola HBC Grupa uključena je u Projekat za smanjenje karbonskog otiska (Carbon Disclosure Project), koji kompanijama obezbeđuje jedini globalni sistem za merenje, saopštavanje, upravljanje i deljenje ključnih ekoloških informacija, čime ih podstiče da objavljuju podatke o sopstvenom uticaju na životnu sredinu i rade na njegovom smanjenju.

Materijali

Svi materijali upotrebjeni u proizvodnji su direktni, odnosno prisutni u finalnom proizvodu.

Upotrebjeni materijali 2019.	jedinica	BEOGRAD	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Šećer	kg	9.295.460,00	0,00	9.295.460,00
Ostali zaslađivači	kg	33.133.680,00	0,00	33.133.680,00
Koncentrati, kaše	kg	6.714.686,95	0,00	6.714.686,95
CO ²	kg	4.147.668,26	0,00	4.147.668,26
Azot	kg	23.900,00	0,00	23.900,00
PET granulati	kg	9.988.737,76	276.700,00	10.265.437,76
„Post-consumer“ PET reciklirani materijal	kg	1.368,19	0,00	1.368,19
PET pretforme	kg	0,00	0,00	0,00
Staklo (boce)	kg	5.196.811,55	4.540.119,00	9.736.930,55
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	1.431.501,72	29.320,94	1.460.822,66
Čelik (zatvarači)	kg	248.548,78	0,00	248.548,78
Tetrapak	kg	1.158.628,20	0,00	1.158.628,20
Plastični zatvarači	kg	723.299,39	230.240,00	953.539,39
Mešavina b-PET i virgin PET materijala	kg	0,00	2.552.000,00	2.552.000,00
Plastične etikete	kg	136.160,27	87.364,00	223.524,27
Papirne etikete	kg	53.897,48	0,00	53.897,48
PE termo i streč folija	kg	1.273.643,85	650.554,00	1.924.197,85
Karton	kg	1.527.847,73	454.820,00	1.982.667,73
Drvo (palette)	kg	763.920,00	0,00	763.920,00
Ukupno upotrebjeni materijali	kg	75.819.760,13	8.821.117,94	84.640.878,07
Upotrebjeni reciklirani materijali u 2019.		8,97%		

*Podaci se odnose na dobijene procenote pojedinačnih sirovina na osnovu informacija od dobavljača.

Energija

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

Ključne akcije sprovedene u 2019. godini za smanjenje potrošnje energije u proizvodnom procesu jesu:

- rekonstrukcija sistema kondenzacije (Beograd)
- redovan godišnji pregled cevovoda i instalacija (Beograd)
- snižavanje pritiska vazduha za sušenje boca pre kodiranja na NRGB/PET1 liniji (Vlasinka)
- zamena spoljašnjeg osvetljenja LED rasvetom (Vlasinka).

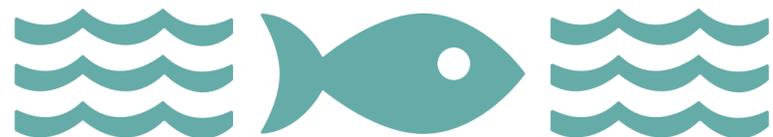
Upravljanje indirektnim uticajima

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 i pakovanje proizvoda čine dve trećine naših indirektnih uticaja, samim tim predstavljaju važne aspekte naše strategije.

Značajan doprinos održivosti u tom aspektu poslovanja ostvaruje se povećanjem energetske efikasnosti postojeće i nove opreme – novi modeli rashladnih uređaja koji su uvedeni zahvaljujući saradnji kompanije na globalnom nivou i njenih dobavljača efikasniji su čak do 63 posto u odnosu na one koji su korišćeni 2004. godine.

Osim toga, radimo 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. Pomenuta jedinjenja više ne koristimo u termoizolacionoj peni, a vršimo i probnu upotrebu alternativnih rashladnih gasova. Hloro-fluoro-karbonatne gasove (CFC) u potpunosti smo eliminisali iz upotrebe svojim programom koji je podrazumevao pronalaženje i zamenu takve opreme i na tržištu. Svi frižideri opremljeni su sistemom za upravljanje energijom.

Ukupna potrošnja energije u Coca-Cola HBC Srbija po litru proizvedenog pića u periodu od 2007. do 2019. godine smanjena je za 52 procenta.



Direktna potrošnja energije 2019.*	jedinica	BEOGRAD	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Električna energija	MWh	24.567,14	6.030,78	30.597,93
Lož ulje (light fuel oil)	L	17.109,00	0,00	17.109,00
Prirodni gas	m ³	1.447.453,00	0,00	1.447.453,00
LPG	L	0,00	0,00	0,00
Benzin	L	20,00	720,64	740,64
Dizel	L	539,30	939,47	1.478,77
Ukupna energija	GJ	139.599,87	21.772,67	161.372,54

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

Potrošnja energije van kompanije 2019.	jedinica	FLEET
LPG	L	1.001.029
Benzin	L	272.125
Dizel	L	154.819
Ukupna energija	GJ	41.088,56



Naš vozni park

Najznačajnije identifikovane uticaje na životnu sredinu, koji nastaju usled unutrašnjeg i spoljašnjeg transporta naših proizvoda, predstavljaju potrošnja goriva i emisija gasova. Oba parametra, kao i pređena kilometraža, prate se za sva vozila voznog parka Coca-Cola HBC Srbija, koji čine laka putnička vozila (ne uključujući teretna vozila, koja su u vlasništvu druge kompanije).

Od 2008. godine počela je ugradnja uređaja za tečni naftni gas u vozila koja su u vlasništvu kompanije, a u sva nova vozila koja se nabavljaju odmah se ugrađuju uređaji za tečni naftni gas. 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.

U okviru izveštaja, prate se sledeći parametri: potrošnja goriva, pređena kilometraža, način upotrebe vozila preko mobileye uređaja koji je tokom 2019. godine bio postavljen u ukupno 489 vozila. Svako vozilo ima ugrađen i GPS, tako da se prati i prekoračenje brzine po vozaču. Mesečno šaljemo podatke Coca-Cola HBC Grupi za prosečnu potrošnju goriva, pređenu kilometražu, gde se preračunava i emisija ugljen-dioksida. Ukupna prosečna potrošnja goriva na 100 kilometara je u 2019. godini bila nešto preko osam litara (8,1 litar).

CO₂ OD POTROŠNJE ELEKTRIČNE ENERGIJE

Naziv punionice	Ukupna proizvodnja	Električna energija od dobavljača	Električna energija od dobavljača - Obnovljiva količina	Lokalni GHG faktor za 2019.	LB emisija CO ₂ iz kupljene električne energije iz mreže	Proizvodnja električne energije na licu mesta - obnovljiva količina	CO ₂ Factor	Emisija CO ₂ od proizvodnje električne energije na licu mesta	Scope 2 Ukupna emisija CO ₂ LB - koristeći lokalni GHG faktor	Mrežni faktor od dobavljača električne energije	FAKTOR korišćen u obračunu MB emisija	MB CO ₂ emisije od kupljene električne energije iz mreže	Scope 2 ukupna CO ₂ emisija MB - za lokalni GHG faktor	Električna energija iz kogeneracije	Obračunat CO ₂ faktor	Scope 2 CO ₂ emisije	Lož ulje
	000 Ltr	kWh	kWh	gCO ₂ /kWh	tone	kWh	gCO ₂ /kWh	tone	tone	gCO ₂ /kWh		tone	tone	kWh	gCO ₂ /kWh	tone	GJ
Beograd	392.849	24,567,144	0	787	19,334	0	0	0	19,334		Lokalni GHG Faktor	19,334	19,334	0		0	688
Rosa	154.790	6,030,781	0	787	4,746	0	0	0	4,746		Lokalni GHG Faktor	4,746	4,746	0		0	37

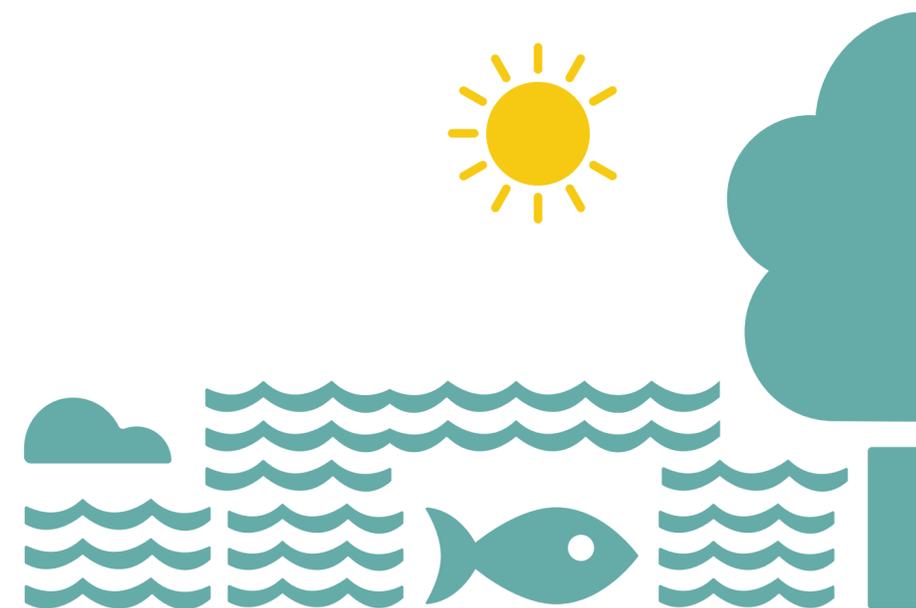
CO₂ OD POTROŠNJE ENERGIJE

CO ₂ e faktor	CO ₂ Emisije	Bezolovni benzin	CO ₂ e faktor	CO ₂ emisije	Teško gorivo	CO ₂ e faktor	CO ₂ emisije	Propan ili tečni naftni gas	CO ₂ e faktor	CO ₂ emisije	Bio tečni naftni gas	CO ₂ e faktor	CO ₂ emisije	Prirodni gas	CO ₂ e faktor	CO ₂ emisije	Scope 1 - Ukupna količina fosilnih goriva
kg CO ₂ /GJ	tone	GJ	kg CO ₂ /GJ	tona	GJ	kg CO ₂ /GJ	tona	GJ	kg CO ₂ /GJ	tona	kWh	g CO ₂ /kWh	tona	GJ	kg CO ₂ /GJ	tone	tone
70.64	49	1	66.066	0	0	73.77	0	0	56.84	0	0	0.00	0	50,469	50.54	2,551	2,599
70.64	3	25	66.066	2	0	73.77	0	0	56.84	0	0	0.00	0	0	50.54	0	4

NO _x , SO _x i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini*	jedinica	BEOGRAD 2019.	VLASINKA 2019.	TOTAL SRBIJA
Nox	Kg/god	2.624,50	0,00	2.624,50
SOx	Kg/god	29,2	0,00	29,2
CO	Kg/god	468,9	0,00	468,9

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

***Zbir iz dva emitera – kotlarnice na prirodni gas i kotlarnice na lož-ulje.

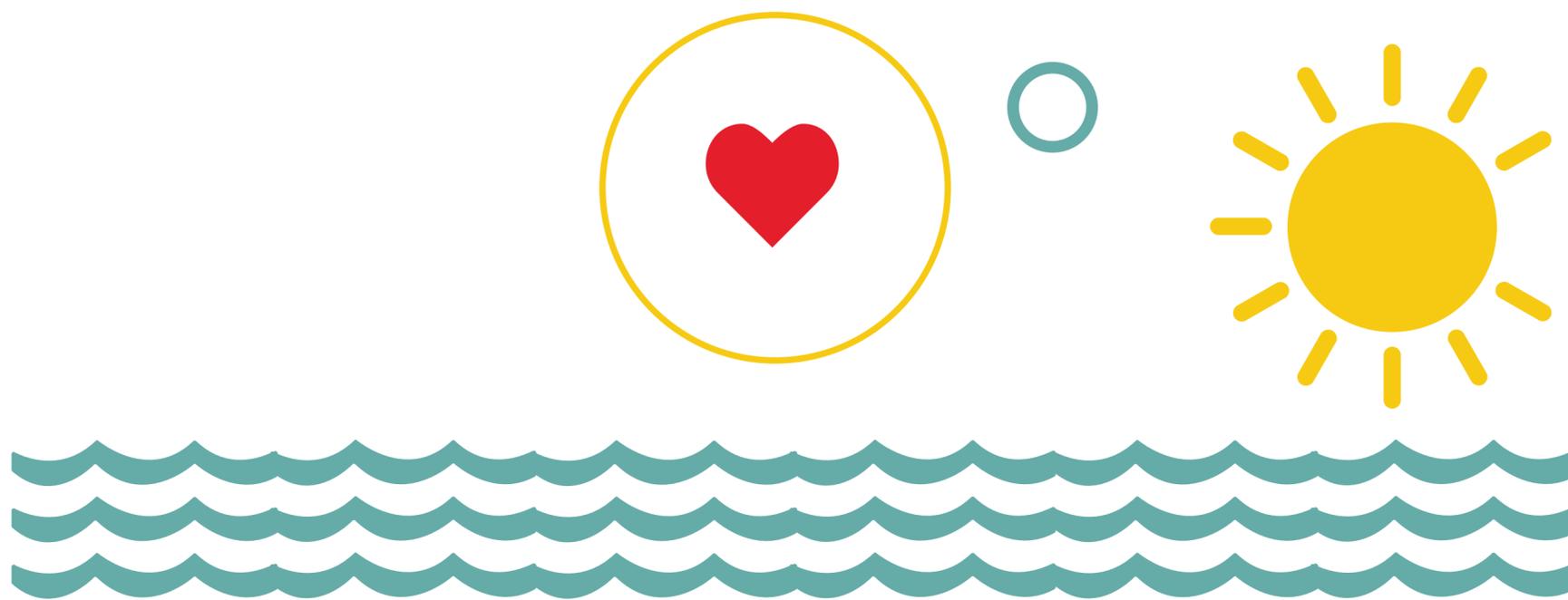


Emisije

Ciljevima održivosti do 2020. godine Coca-Cola HBC Grupa obavezala se na smanjenje intenziteta direktnih karbonskih emisija za 50 procenata, kao i na smanjenje karbonskih emisija u lancu vrednosti za 25 procenata. Prema novoj Misiji održivosti, do 2025. godine postavljen je još ambiciozniji cilj smanjenja karbonskih emisija u našim operacijama za 30%. Programom za sprečavanje zagađenja atmosfere i emisije gasova definisane su redovne akcije i plan monitoringa emisija.

Akreditovane laboratorije redovno prate emisije gasova iz kotlarnica, redovno se kontrolišu instalacije za ugljen-dioksid i linija za prirodni gas. U opremi i rashladnim postrojenjima punionica koriste se ekološki podobni rashladni mediji (freoni). Uređaje koji koriste freone (frižideri, POM aparati, klime, hladnjače, husky mašina) servisiraju ovlašćeni serviseri, a redovno se prate i količine freona u instalacijama, dok se otpisana oprema kontrolisano uništava. Prilikom nabavke nove rashladne opreme vodi se računa o energetskej efikasnosti novih uređaja, kao i o vrsti rashladnog medijuma koji oprema koristi.

Coca-Cola HBC Srbija tokom 2018. i 2019. godine nije zabeležila emisiju gasova koji oštećuju ozonski omotač. Kada je reč o drugim značajnim emisijama u vazduh, one se generišu samo iz fabrike u Zemunu jer Vlasinka ne koristi druge vrste energije osim električne.



CCH Srbija:	Jedinica:	OPIS	
547,639	000 litara	ukupna proizvodnja	Scope1
2,604	tona	CO ₂ iz punionica	
2,257	tona	CO ₂ iz voznog parka	
241	tona	Rashladni medijum in CDE	
1,281	tona	karbonizacija proizvoda (gubici)	
12	tona	CO ₂ iz potrošnje goriva DC	
24,081	tona	CO ₂ iz kupljene el. energije	Scope2
35	tona	CO ₂ iz potrošnje el. energ.DC	
2,867	tona	CO ₂ u proizvodu	Scope3
79,849	tona	CO ₂ emisije iz CDE potrošnje električne energije	
5,293	tona	ukupna CO ₂ emisija iz transporta treće strane	
50,725	tona	CO ₂ iz primarnog pakovanja	
5,802	tona	CO ₂ iz sekundarnog pakovanja	
8,787	tona	CO ₂ emisije iz Juice Concentrates	
35,786	tona	CO ₂ iz šećera i zaslađivača	
24	tona	CO ₂ iz potrošnje goriva u iznajmljenim objektima van punionica	
69	tona	CO ₂ iz potrošnje električne energije u iznajmljenim RP	
219,711.7	tona	TOTAL SCOPE 1+2+3	

ODRŽIVA AMBALAŽA I RECIKLIRANJE

Održiva ambalaža jeste od ključnog značaja za našu kulturu održivosti i način razmišljanja. Smanjujemo uticaj svoje ambalaže na životnu sredinu, poštujući sopstveni princip 3R: Reduce (smanjiti), Reuse (ponovo upotrebiti), Recycle (povratiti). Opisanim pristupom ostvaren je znatan doprinos u pogledu upotrebe primarne ambalaže i našeg uticaja na životnu sredinu. Nastavljamo da identifikujemo i koristimo nove mogućnosti za optimizaciju ambalaže, inovacije, svoju agendu održivosti i, na kraju, za smanjenje troškova.

Ambalaža predstavlja jedan od najvažnijih činilaca u održavanju vrhunskog kvaliteta i bezbednosti naših proizvoda. Imajući u vidu količine ambalaže koju koristimo, taj aspekt našeg poslovanja ima veoma važne 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.

Cilj kome težimo jeste zatvaranje kruga recikliranja, odnosno pretvaranja već korišćene ambalaže u novu. 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. Posvećeni smo, takođe, i saradnji sa partnerima na uspostavljanju infrastrukture za recikliranje u Srbiji, kao i edukaciji i promociji recikliranja ambalaže kod potrošača.

Plant boca

Izuzetno smo ponosni na svoju plant bocu koju koristimo za Rosa vodu u svim formatima PET ambalaže. Inovativna boca napravljena je po savremenoj „PlantBottle™” tehnologiji.

U sastav plant boce ulazi etanol, dobijen iz šećerne trske iz Brazila, koji predstavlja prvu generaciju biogoriva prihvaćenog širom sveta zbog svog ekološkog efekta. Plant boca je po hemijskim i fizičkim svojstvima identična klasičnoj PET ambalaži, ali se do 30 posto sirovina potrebnih za proizvodnju PET granulata dobija iz materijala biljnog porekla koji ima manji uticaj na globalno zagrevanje i manji energetski otisak. Upoređivanjem nove plant PET ambalaže sa starom PET ambalažom, u pogledu performansi, nema promena u aspektima procesa konverzije PET granulata, procesa konverzije boca, procesa punjenja, mogućnosti recikliranja ambalaže, kvaliteta i proizvodnje.



do 30% biljnog porekla
boca 100% za reciklažu

Proizvodni otpad

Na svim lokacijama na kojima poslujemo ispunjavamo sve zahteve važeće zakonske regulative u vezi sa upravljanjem otpadom, kao i visoke standarde koje pred nas stavlja Coca-Cola HBC Grupa i standarde Coca-Cola Kompanije – TCCC standardi (The Coca-Cola Company KORE).

Evidencija se vodi o svim vrstama otpada koji se generiše našim poslovanjem, kako u okviru naših poslovnih lokacija tako i kada je u pitanju ambalažni otpad koji nastaje nakon konzumacije naših proizvoda. Sav otpad se predaje ovlašćenim operaterima za upravljanje otpadom, pri čemu se nastoji da se što je moguće viši procenat otpada reciklira ili ponovo upotrebi.

Najbitnije akcije koje se sprovode 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.

Krajem 2018. godine započet je proces olakšavanja boce od 1,5 litara. Do sada je u okviru procesa olakšavanja ambalaže ostvarena ušteda od ukupno 51.923 tone materijala, a samo tokom 2019. godine na taj način je ostvarena ušteda od 295 tona PET materijala.

U želji da smanjimo uticaj koji naša ambalaža ima na životnu sredinu nastojimo da povećamo sadržaj recikliranog materijala u njoj – procenat recikliranog materijala kod staklene ambalaže u Vlasinki iznosi 29 procenata, a u beogradskoj punionici 25 procenata. U limenkama i poklopcima koristi se 50 procenata aluminijuma iz recikliranih izvora, dok se za zatvarače za boce koristi 47 procenata recikliranog čelika.

Ukupna težina otpada 2019.*	jedinica	BEOGRAD	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Neopasan otpad**	t	3.122,35	46,09	3.168,44
Opasan otpad**	t	0,58	0,00	0,58
Ukupan otpad	t	3.122,93	46,09	3.169,02
Reciklirano	t	3.095,75	45,17	3.140,92
Odloženo na deponiju	t	27,18	0,92	28,10

*Za oba lokaliteta iznosi su dobijeni merenjem.

**Tokom 2019. godine nije bilo značajnih izlivanja.



Upravljanje ambalažnim otpadom

S obzirom na to da jesmo proizvođač bezalkoholnih pića koji plasira veliku količinu ambalaže na tržište, svesno prihvatamo svoju odgovornost i, shodno tome, preuzimamo inicijativu za pronalaženje ekološki najprihvatljivijih rešenja za upravljanje ambalažnim otpadom i za podsticanje svojih potrošača da se uključe u recikliranje. Coca-Cola HBC sistem proaktivno učestvuje u uspostavljanju održivog sistema za upravljanje ambalažnim otpadom u svim zemljama u kojima posluje i osnivač je nacionalnih operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u tim zemljama.

Coca-Cola HBC Srbija predstavlja jednu od kompanija osnivača prvog operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u Srbiji pod nazivom Sekopak. Sekopak se zalaže za donošenje zakonskih okvira u oblasti ambalaže i ambalažnog otpada po ugledu i u skladu sa propisima koji postoje u EU i sa Direktivom 94/62/EC o ambalaži i ambalažnom otpadu, koji postavljaju obavezu ponovnog korišćenja i reciklaže pred sve subjekte u lancu do krajnjeg korisnika – proizvođače, pakere/punioce, uvoznike, distributere i maloprodaju, stavljajući ih u poziciju da ponovno iskoriste ambalažu koju plasiraju na tržište u procentu koji države same odrede. Princip „odgovornosti generatora otpada” inkorporiran je u važeći srpski Zakon o upravljanju otpadom i Zakon o ambalaži i ambalažnom otpadu.

Na inicijativu naše kompanije, Ball Packaging Europe i Terra production, 20. juna 2016. godine osnovan je SEPEN – Udruženje za ambalažu i zaštitu životne sredine, sa ciljem da jedinstveno predstavlja, uzajamno poveže, analizira i ustanovi mrežu kompanija i industrije koje su uključene u proizvodnju ambalaže, ili u poslovanju koriste ambalažu, kao i da ponudi odgovore na pitanja u vezi sa uticajem ambalaže i ambalažnog otpada na životnu sredinu u Srbiji.

SEPEN je danas član organizacije EUROPEN-a koja okuplja preko 40 najvećih evropskih kompanija koje predstavljaju skoro sve segmente lanca vrednosti iz domena pakovanja, kao i osam nacionalnih industrijskih asocijacija koje se bave ambalažom i životnom sredinom.

Izuzetnu pažnju posvećujemo i podizanju svesti svojih zaposlenih. Shodno tome, u obe naše punionice postavljeni su sistemi razvrstavanja otpada nastalog po kancelarijama. U hodnicima su postavljeni setovi kanti za razvrstavanje otpada: plastika, metal, papir, a ostali otpad se i dalje odlaže u postojeće kante za komunalni otpad. Imamo, takođe, odvojenu kantu u koju zaposleni mogu da odlože otpadne baterije. Započeli smo i postavljanje kanti za stakleni otpad, koje su planirane za sve hodnike administracije.



Procenat preuzetih prodatih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji*

Vrsta materijala	Jedinica mere	Količine koje je CCH Srbija stavila na tržište	Ispunjenje specifičnih nacionalnih ciljeva u Sekopak sistemu	CCH količine ponovno iskorišćene /reciklirane
Papir/karton	t	2.134,59	95,43%	2.037,04
Plastika	t	13.464,33	31,14%	4.192,79
Staklo	t	8.408,43	44,79%	3.766,13
Metal	t	1.519,91	93,28%	1.417,77
Drvo	t	1.065,25	50,91%	542,32
Ukupno	t			11.956,06

*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 koje donosi Sekopak dati su po materijalima, jer nije izvodljivo to uraditi po proizvodima.

**Težina prevezenog opasnog otpada jeste jednaka težini generisanog opasnog otpada. Sav otpad koji se generiše, i opasan i neopasan, predaje se ovlašćenim reciklerima, tako da kompanija ne vrši nikakav transport/preradu otpada. Kompanija, takođe, ne vrši uvoz, niti izvoz otpada, opasnog, kao i neopasnog.

Odgovorno snabdevanje

Značajem koji pridajemo održivoj i odgovornoj nabavci nameravamo da postignemo odlične rezultate, a unapređenje održivosti nabavke predstavlja prioritet za našu kompaniju. Cilj Coca-Cola HBC Grupe jeste u tome da dostignemo 100 odsto održiv sistem snabdevanja i da smanjimo uticaj sistema snabdevanja do 2020. godine. **Uz to, prema novoj Misiji održivosti 2025, predviđeno je da se od 2025. godine 100% ključnih poljoprivrednih sastojaka nabavlja u skladu sa principima održive poljoprivrede.**

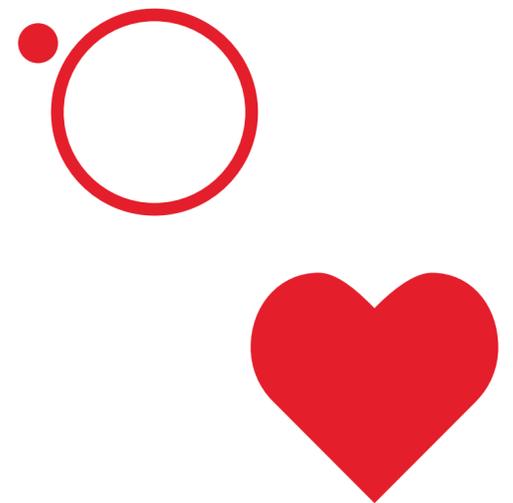
U Grupi se za procenu dobavljača koriste: pouzdan proces revizije, procena rizika, platforma SEDEX, kojom se vrši razmena etičkih podataka o dobavljačima kao i platforma EcoVadis, kojom se procenjuje održivost dobavljača. Pored toga, proveravamo da li potencijalni dobavljači imaju sertifikate ISO 9001, 14001, FSSC 22000 i OHSAS 18001 sertifikat.

Za poljoprivredne proizvode koristimo standarde koje propisuju Rain Forest Alliance, Fair Trade, Bon Sucro, SAI platforma i Forest Stewardship Council. Zahtevamo, takođe, od svih svojih dobavljača da poštuju etičke standarde, prakse za zapošljavanje, zaštitu životne sredine i zaštitu na radu, koje su utvrđene Coca-Cola HBC Vodećim principima za dobavljače. Poljoprivredni dobavljači moraju, takođe, da ispune i Vodeće principe održive poljoprivrede naše kompanije. Više detalja o održivosti našeg sistema snabdevanja možete pronaći u poglavlju [Tržište](#).



ZAJEDNICA

Coca-Cola mladima / Razvoj lokalnih zajednica
Podrška preduzetništvu / Volontiranje





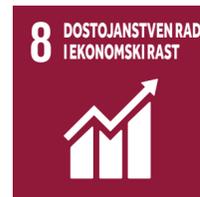
PRIORITETNE OBLASTI:

- PODRŠKA PROFESIONALNOM RAZVOJU MLADIH
- RAZVOJ LOKALNIH ZAJEDNICA I PODRŠKA U VANREDNIM SITUACIJAMA
- ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE I VODNIH RESURSA

KLJUČNI POKAZATELJI:

- IZNOS ULAGANJA U ZAJEDNICU
- BROJ ULOŽENIH VOLONTERSKIH SATI
- BROJ MLADIH OBUHVAĆENIH PROGRAMIMA PODRŠKE

DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



Coca-Cola HBC Srbija kontinuirano ulaže u razvoj zajednice i, u skladu sa našim strateškim prioritetima društveno odgovornog i održivog poslovanja, podržava projekte koji nude dugoročna rešenja i donose konkretnu društvenu i ekonomsku korist zajednicama. Transparentno doprinosimo razvoju javnih politika, dok u dijalogu sa zainteresovanim stranama redovno sprovodimo procene uticaja svojih aktivnosti i javno saopštavamo njihove rezultate.

Pored dugoročnih sistemskih projekata, nastojimo da i pojedinačnim aktivnostima koje sprovodimo sa partnerima, poput novčanih i robnih donacija i volonterskog angažmana svojih zaposlenih, pokrenemo pozitivne promene u svom okruženju.

Podrška navedenim inicijativama definisana je posebnim procedurama, poput „postupanja sa pozivom u vezi sa zahtevom za sponzorstvo/donaciju“. Zahtevi za sponzorstvo i donaciju mogu se podneti isključivo elektronskim putem, popunjavanjem formulara na sajtu kompanije, dok se odgovor na zahtev dostavlja u roku od 28 dana.

U razvoj lokalnih zajednica, tokom 2019. godine, uložili smo preko **36.000.000 dinara** i više od **900 volonterskih sati**.

COCA-COLA MLADIMA

Zapošljavanje mladih predstavlja jedan od najvažnijih društvenih izazova na globalnom nivou. Posvećeni smo, upravo zbog toga, sistemskom osnaživanju mladih, koje vidimo kao glavne pokretače razvoja lokalne privrede, ali i zajednice uopšte. Coca-Cola HBC Grupa obavezala se da će do 2025. godine podržati million mladih ljudi u zemljama u kojima posluje. Bez obzira na globalni karakter problema, potrebe mladih ljudi se razlikuju od zemlje do zemlje, te su i programi podrške osmišljeni i prilagođeni specifičnim potrebama lokalnih sredina.

„Coca-Cola mladima“, namenjena širokoj populaciji mladih – srednjoškolicima, studentima, apsolvencima, diplomcima i nezaposlenima, sa ciljem da ih osnaži i pomogne im da brže dođu do posla.

Visoka stopa nezaposlenosti u Srbiji i podatak da je u proseku potrebno dve godine nakon završene škole/studija da se pronađe zaposlenje, povećavaju značaj neformalnog obrazovanja, kao preduslova za uspešno stupanje na tržište rada. Coca-Cola HBC Srbija je tokom 2018. godine pokrenula platformu

<https://www.coca-colamladima.rs/>

Opisana platforma objedinjuje četiri već poznata i uspešna programa:

- Coca-Cola podrška mladima
- Coke Summership
- RISE Management Trainee
- Budućnost # za pet



Program Coca-Cola podrška mladima

Coca-Cola podrška mladima predstavlja nacionalni program kompanije Coca-Cola HBC Srbija, koji u protekle tri godine omogućava mladima širom Srbije da unaprede svoje lične i profesionalne veštine, kako bi lakše došli do posla.

Program je u 2019. godini realizovan u saradnji sa Nacionalnom asocijacionom kancelarijom za mlade, Nacionalnom službom za zapošljavanje, Ministarstvom za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja i NALED-om u 18 gradova: Beogradu, Novom Sadu, Nišu, Kragujevcu, Pančevu, Leskovcu, Subotici, Novom Pazaru, Kruševcu, Zrenjaninu, Čačku, Smederevu, Vranju, Somboru, Sremskoj Mitrovici, Požarevcu, Jagodini i Boru.

U tim gradovima, održano je ukupno 40 radionica, a ljubiteljima on-line edukacija omogućen je pristup materijalima za učenje putem jedinstvene platforme za interaktivno učenje

https://youpoweredhub.csod.com/LMS/catalog/Welcome.aspx?tab_page_id=-67&tab_id=20000524

U trodnevnim interaktivnim radionicama polaznici imaju priliku da sa sertifikovanim stručnjacima i zaposlenima naše kompanije, koji su u ulozi kofasilitatora, unaprede svoje lične veštine i steknu praktična znanja koja će im pomoći u potrazi za poslom. Teme radionica su: „Profesionalna orijentacija“, „Uspešna komunikacija“, „Upravljanje projektima“, „Poslovni planovi“, „Poslovna administracija“, „Kako do posla“. Pored radionica, deo programa se odvija i na digitalnoj platformi, koja on-line predavanjima, radionicama i brojnom literaturom omogućava mladima dodatnu edukaciju. Nakon završetka edukacije svi polaznici dobijaju sertifikat koji izdaje Coca-Cola HBC Srbija.

Samo u 2019. godini više od 2.400 mladih širom Srbije imalo je priliku da stekne znanja koja će im olakšati potragu za poslom. Najviše smo ipak ponosni na činjenicu da se nakon završetka radionica skoro 40 posto polaznika pokrenulo na pozitivnu promenu – bilo da su pronašli posao, praksu ili krenuli na dodatnu edukaciju.



Coke Summership

Coke Summership program nudi priliku mladim talentima da povećaju izgleda za otpočinjanje uspešne poslovne karijere, kao i da provedu uzbudljivo leto stičući nova iskustva i veštine.

Nova generacija polaznika programa Coke Summership krenula je u julu 2019. godine na svoju šestonedeljnu avanturu. Nakon otvaranja programa letnje prakse i formalnog upoznavanja sa politikom poslovanja, proizvodima i istorijom Coca-Cole, polaznici su proveli prvu nedelju na terenu, upoznavajući srž našeg poslovanja – prodaju. Narednih pet nedelja proveli su sa svojim mentorima – svako u sektoru koji je odabrao, radeći na realnim zadacima i projektima, unapređujući svoje veštine i stičući kvalifikacije da i sami jednog dana budu deo Coca-Cola HBC tima. Veštine u upravljanju projektima, veštine prezentovanja, leaderske sposobnosti, poslovna komunikacija, efikasno upravljanje vremenom i pregovaračke veštine, samo su neke od oblasti u kojima polaznici programa imaju priliku da se usavršavaju.

U prethodnih sedam godina imali smo:

- PREKO 8.000 PRIJAVA ZA COKE SUMMERSHIP
- PREKO 210 MLADIH KOJI SU BILI POLAZNICI PROGRAMA
- PROSEČNO 48 SATI OBUKE PO POLAZNIKU TOKOM TRAJANJA PROGRAMA
- 69 POLAZNIKA KOJI SU SE PRIDRUŽILI KOMPANIJU.

2019
Coke
Summership
REFRESHING BUSINESS EXPERIENCE

RISE

Coca-Cola HBC RISE program namenjen je studentima četvrte godine studija, apsolvantima, diplomcima, kao i polaznicima master studija akreditovanih univerziteta i visokih škola u Srbiji, kao i osobama koje imaju do dve godine radnog iskustva. Pomenuti RISE program je nastao menjanjem kurikuluma prethodnog programa, pod nazivom Career From The Bottle, te je sada deo šireg, internacionalnog programa koji se odvija na identičan način u svim zemljama Coca-Cole HBC Grupe.

Učesnici ciklusa za 2019. godinu započeli su svoje karijere u sektorima marketinga, prodaje, održavanja i proizvodnje u fabrikama Beograd i Vlasina.

Budućnost #za5

Budućnost #za5 je program koji ima za cilj da podstakne srednjoškolce i studente da otkriju i iskoriste svoje talente i potencijale, kao i da usavrše savremene veštine za pronalaženje posla. Tokom 2019. godine više od 38.473 učenika srednjih škola i studenata je prošlo kroz razne vidove treninga, edukacija i drugih aktivacija. Više od 70 srednjih škola i 30 fakulteta iz gradova širom Srbije direktno je učestvovalo na projektu.

Projekat Budućnost #za5 realizuje organizacija Centar E8, zajedno sa Unijom srednjoškolaca Srbije, uz organizacionu i PR podršku agencije V+O Communication, dok je podržan od strane Coca-Cola Fondacije i Ministarstva omladine i sporta Republike Srbije.



Rise Management
Trainee Programme

Strateško partnerstvo sa Fakultetom organizacionih nauka

Fakultet organizacionih nauka i kompanija Coca-Cola HBC Srbija obeležili su u maju 2019. godine deceniju uspešne saradnje pod sloganom „10 godina saradnje za budućnost“, i potpisali novi ugovor o nastavku strateškog partnerstva. Tokom prethodnih 10 godina više od **4.500 studenata** je učestvovalo u različitim programima obuke, treninga i razmena, a više od 150 menadžera kompanije je prenosilo svoja znanja i delilo ekspertizu. Studenti su imali priliku da posete kompaniju u Beogradu, upoznaju se sa proizvodnjom i poslovanjem, ali i da učestvuju u osam takmičenja u pripremi studija slučaja. „Nastavak sjajne saradnje sa Fakultetom organizacionih nauka za nas znači dragocenu razmenu znanja, dobijanje nove energije mladih koja je ključna za napredovanje kompanije, te i zajednice. Pre 10 godina smo bili među prvima koji su uočili značaj saradnje sa studentima i danas možemo da kažemo da smo zajedno stvorili poredničko partnerstvo – studenti dobijaju priliku da uče od nas, našeg internacionalnog iskustva, a mi da Coca-Cola porodicu proširimo mladim ljudima koji su budući lideri promena“, istakao je Svetoslav Atanasov, generalni direktor kompanije Coca-Cola HBC uoči potpisivanja ugovora o partnerstvu.

Održan Coke Challenge – takmičenje u rešavanju studije slučaja

Kompanija Coca-Cola HBC Srbija organizovala je Coke Challenge – takmičenje u rešavanju studije slučaja. U takmičenju je učestvovalo više ekipa studenata sa fakulteta ekonomskih nauka u Beogradu i Novom Sadu i Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu. Studenti su tokom čitavog procesa rešavanja studije slučaja imali podršku naših menadžera, koji su svojim savetima i davanjem smernica za dalji rad pomagali studentima. Tokom rešavanja zadatka, studenti su sprovodili istraživanje tržišta, osmišljavali razvoj novog proizvoda, marketinšku strategiju, kampanju i aktivaciju proizvoda u objektima. Najbolji među njima su posetili našu kompaniju, upoznali različite sektore i dobili dodatna znanja, dok je porednička ekipa sa Fakulteta organizacionih nauka osvojila praksu u kompaniji. Čitavo takmičenje je realizovano sa namerom da se rešavanjem realnih i praktičnih poslovnih situacija stekne uvid u praktičan rad, kao i da se ulaže u lični i profesionalni razvoj talentovanih mladih ljudi, ali i u cilju pronalaženja talenata koji će u kompaniju Coca-Cola HBC Srbija doneti novu energiju i novi pristup rešavanju izazova.

AmChamps generacija 2019

AmChamps program, pored mogućnosti prakse i stipendiranja, nudi i nova praktična znanja, mentorski rad, kao i dragocena iskustva i razgovor sa vrhunskim stručnjacima iz sveta biznisa. Naša kompanija je i u 2019. godini podržala program „AmChamps – Mladi lideri promena“, koji je pokrenut sa idejom da sinergijom akademskog i korporativnog sektora pomogne edukaciju i razvoj mladih ljudi. Nakon predstavljanja zanimljivih rešenja studije slučaja na temu „Razvoj tržišta biljnih napitaka sa Adez proizvodima“, koju je za učesnike šeste generacije ovog programa pripremila Coca-Cola HBC Srbija, proglašena su tri mentorska para koja su se plasirala u finale programa.

Dodeljene nagrade najboljim preduzetničkim idejama mladih

Nakon nekoliko meseci rada sa mentorima, ekspertima i organizatorima Social Impact Award programa u Srbiji, u septembru su dodeljene nagrade za društvene promene za 2019. godinu. Žiri je od deset mladih timova odabrao tri tima čije su ideje imale najviše potencijala da doprinesu rešenju društvenih ili ekoloških problema. Dodeljena je još jedna nagrada – „nagrada zajednice“. Pripala je timu čija je ideja dobila najveći broj glasova on-line glasanjem. Ideje koje su ponele nagrade jesu:

Anora – pametna rukavica koja slepim ljudima omogućava raspoznavanje različitih novčanica, boja, objekata i olakšava im svakodnevne aktivnosti

Zipover – proizvodnja nepromočivih torbi, pri čemu bi bila zaposlena osetljiva grupa žena koje borave u kazneno-popravnim ustanovama i time bi bile osnažene i osposobljene za rad pri izlasku na slobodu

Take Care – pametna kutija za lekove namenjena starijim i senilnim osobama. Kutija obaveštava osobu kada treba da popije lek, koji lek i u kojoj dozi, i čuva te podatke tako da osoba ima uredan pregled o količini popijenih lekova

Public Kitchen Infrastructure – rešava problem bacanja jestive hrane, razvijanjem aplikacije i mreže za distribuciju hrane između velikih proizvođača i supermarketa sa organizacijama (kao što je Crveni krst) i ugroženim porodicama, kao krajnjim korisnicima.

Kreativno mentorstvo

Sa velikim zadovoljstvom podržali smo i peti ciklus programa „Kreativno mentorstvo“, posvećen ličnom i profesionalnom razvoju mladih stručnjaka u oblasti kulture. Tokom 2019. godine, 25 učesnika programa je, zajedno sa svojim mentorima, učestvovalo u brojnim treninzima i networking događajima koji su im pomogli da, razmenom znanja i iskustava, inspirišu jedni druge i upoznaju nove oblasti kulture. U petom ciklusu „Kreativnog mentorstva“ mreži će se pridružiti još 25 mentorskih parova, te će tada tu zajednicu činiti čak 25 ambasadora ideje mentorstva, ličnog i profesionalnog razvoja, doživotnog učenja i deljenja.



RAZVOJ LOKALNIH ZAJEDNICA I PODRŠKA U VANREDNIM SITUACIJAMA

Svesni smo da naša kompanija može biti zdrava i jaka jedino ukoliko posluje u zdravom i jakom okruženju. Upravo zato je stalna podrška lokalnoj zajednici ne samo naše opredeljenje, već i obaveza. U zajednici sprovodimo inicijative koje će dugoročno poboljšati život svih njenih članova, a posebno smo fokusirani na pripadnike osetljivih grupa. U teškim i vanrednim situacijama smo, uz to, već decenijama uvek uz zajednicu, tako što ulažemo tamo gde je najpotrebnije, ali i tako što dajemo donacije u proizvodima. Verujemo, kao kompanija, da najveći doprinos možemo da damo: profesionalnom razvoju mladih, zaštiti životne sredine, da podržimo preduzetništvo, filantropske, to jest volonterske aktivnosti i, na kraju, da pružimo podršku zajednici u vanrednoj situaciji.

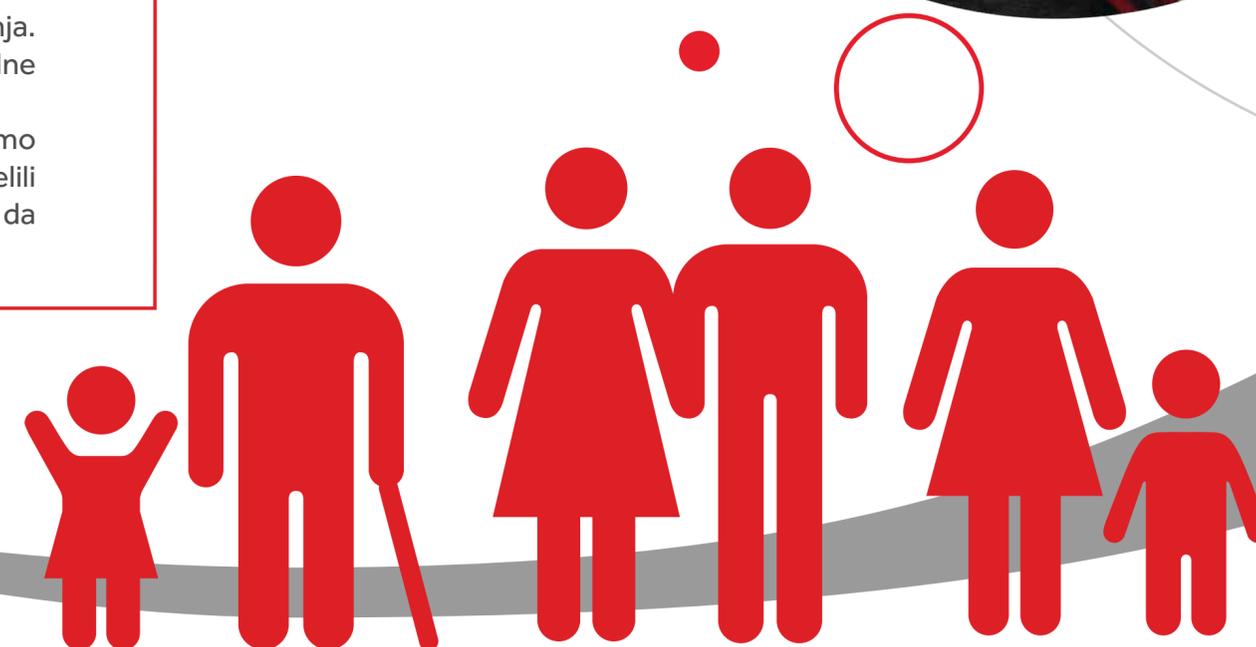
Zajedno smo, i u trenutku socijalnog distanciranja

U svakom trenutku smo spremni da pravovremeno odreagujemo na upite za pomoć koji dolaze iz naših lokalnih zajednica. Nakon učestvovanja u odbrani od poplava koje su zadesile našu zemlju 2014. godine, svoje kapacitete stavili smo na raspolaganje zajednici i tokom pandemije **COVID19**. Pored već ustanovljenog načina komunikacije putem popunjavanja on-lajn formulara, reagovali smo i proaktivno ka medicinskim ustanovama sa konkretnim predlozima o namerama da pomognemo na način i u obimu koji ispunjava njihove potrebe.

Odmah nakon proglašenja vanrednog stanja, usmerili smo aktivnosti prvenstveno ka onima na prvoj liniji borbe protiv **COVID-19**, medicinskim radnicima, vojsci, policiji, volonterima, i onima koji su egzistencijalno najugroženiji. Donirali smo više od 148.644 litara naših proizvoda za nekoliko hiljada zaposlenih u Kliničkom centru Srbije u saradnji sa Fondom B92, kao i za zaposlene u policiji, zatim obroke za medicinske radnike u saradnji sa našim kupcem Wolt, kao i zaštitnu i IT opremu.

Organizovali smo prvi put i on-lajn webinar za predstavnike HoReCa sektora koji je i najviše bio pogođen tokom vanrednog stanja. Pored 150 vlasnika imenađera objekata iz čitave Srbije, diskusiji su prisustvovali, ali i aktivno učestvovali, predstavnik Privredne Komore Srbije kao i predstavnik udruženja Hores.

S obzirom na to da je Crveni krst Srbije često prva i jedina ruka spasa i da podržava najugroženije organizacije i građane, i ovog puta smo delali sa njima. Obezbedili smo im naše proizvode, značajnu finansijsku pomoć, i ustupili određen broj naših vozila kako bi podelili socijalne pakete ugroženima. Sigurni smo da će uz donaciju od 200.000 američkih dolara od Coca-Cola Fondacije, Crveni krst moći da obezbedi pomoć mnogim ljudima kojima je to najpotrebnije.



PODRŠKA PREDUZETNIŠTVU NA JUGU SRBIJE

Razvoj preduzetništva nije preduslov samo ekonomskog, već i društvenog razvoja, odnosno uspostavljanja sistema vrednosti u zajednici, u kome su inicijativa i inovacije u prvom planu. Sa ciljem da doprinese povoljnom okruženju za razvoj preduzetništva, Coca-Cola HBC Srbija odlučila se da svoje aktivnosti usmeri na jug Srbije, kao ekonomski manje razvijen deo naše zemlje, a čiju snagu istovremeno predstavljaju poznata tradicija i kvalitet u pripremi hrane. Sa željom da doprinesemo razvoju lokalnih zajednica kroz podršku preduzetništva, u saradnji sa Privrednom komorom Srbije i Smart kolektivom, osmislili smo jedinstveni program kojim svoje znanje i ekspertizu prenosimo malim proizvođačima hrane sa juga naše zemlje.

Stižemo sa juga

“Stižemo sa juga” je četvoromesečni razvojni program, inspirisan energijom juga Srbije, njihovim poznatim kvalitetnim domaćim proizvodima i tradicijom pripremanja hrane. Program podrazumeva različite vidove podrške koji će preduzetnicima pomoći u daljem poslovanju – mogućnost da kroz inovativne kanale ponude svoje proizvode kupcima širom Srbije, i mentorstvo eksperata Coca-Cola sistema u oblastima marketinga, prodaje, tehnologije i finansija.

Na javnom konkursu odabrali smo devet sjajnih preduzetnika koji su se istakli svojim idejama i vrhunskim proizvodima. Tokom leta i jeseni pomogli smo im da direktno promovišu i prodaju svoje proizvode kroz inovativne kanale – mobilna radnja je obišla 10 gradova u Srbiji, a otvorena je i on-lajn prodavnica na sledećoj adresi: <http://stizemosajuga.rs/>. Devet odabranih proizvođača je svoj pohod u osvajanje tržišta simbolično otpočelo u krugu naše fabrike, gde je 8. avgusta u popodnevnom satima organizovan mini sajam. Naši zaposleni imali su priliku da se upoznaju sa neodoljivim proizvodima od voća i povrća, pripremljenim na tradicionalan način, kao i proizvodima poput organskih čajeva, sirćeta, brašna od mešovitog zrnevlja.

PODRŽANA PREDUZEĆA I NJIHOVI PROIZVODI

Jastrebačka priča

Direktno sa Jastrepcu, proizvođači nam donose razne poslastice – slatko od retkih sorti šljiva ili višanja, kao i džemove bez šećera ili sa minimalnim dodatkom šećera. Pravo sa njihovih plantaža, do nas stižu samo najkvalitetniji proizvodi!

Status

Organsko jabukovo sirće sa dodacima artičoke, koprive, šipurka i morača originalni je proizvod kojim se može pohvaliti Status iz Svrljiga. Proizvedeno bez upotrebe hemijskih preparata i veštačkog đubriva, na površini na kojoj nema zagađivača, ovo sirće zadovoljava potrebe svih ljudi koji vode računa o svom zdravlju.

Agro Iris

Agro Iris je društveno odgovorno preduzeće iz Šapca, nastalo sa ciljem da pomogne malim i srednjim poljoprivrednim proizvođačima iz ruralnih sredina. U svojoj ponudi imaju zdrave i ukusne poslastice – sušenu krušku, jabuku i šljivu.

Fišek

Fišek je originalan, inovativan, praktičan i ekološki-opredeljen proizvod. Za vas su pripremili pečene i slane semenke bundeve, suncokreta i pistača indijskog oraha, kao i kandiranu brusnicu i borovnicu – zdrave grickalice u kojima se može uživati uvek i svuda.



Omladinski edukativni centar

Nevladino udruženje Omladinski edukativni centar dolazi iz Niša i u svojoj širokoj ponudi čajeva ima šest vrsta čaja od organskih biljaka: od ploda divljeg šipurka, ploda divlje kruške, divlje jabuke, lista divlje kupine, divlje nane i koprive.

Chrono

Osnovano sa namerom da, u skladu sa savremenim uslovima života, svojim kupcima obezbedi proizvod za jednostavnu pripremu zdravog i ukusnog hleba, preduzeće Chrono iz Leskovca donosi nam gotove mešavine brašna za pripremu beskvasnog hleba, četiri vrste semenki, a za ljubitelje pikantnog ukusa pripremili su i unikatne začine.

Radanska ruža

Iz Lebana nam stižu tradicionalni srpski specijaliteti Radanske ruže. U svoj širok asortiman ajvara, mackala i pinđura, uvrstili su i originalna slatka od divljih jagoda, šljiva u kombinaciji sa orasima, od borovnica, dunja.

Nanin recept

Svaka tegla ajvara, trljanice, pinđura ili flaša paradajza, pripremljena je po receptima koji su usavršavani godinama unazad. Tradicionalna srpska receptura pomešana sa puno ljubavi i pažnje pri pripremi svake tegle, ono je čime se ovo preduzeće može pohvaliti.



STIŽEMO
SA JUGA



VOLONTIRANJE

Coca-Cola Klub volontera postoji od 2004. godine i do sada je sproveo brojne velike i male volonterske akcije širom Srbije. Na nivou Grupe, kao i lokalno, imamo jasno definisanu proceduru volontiranja, a cilj nam je da do 2025. godine najmanje 15 posto naših zaposlenih volontira tokom radnog vremena i da svojim znanjima, veštinama i trudom unapredi okruženje u kome živimo i radimo. Kompanija podstiče praksu da zaposleni posvete bar jedan radni dan, odnosno osam sati godišnje volonterskom radu.

Velikom odzivu zaposlenih doprinosi i mogućnost da sami predlože volonterske akcije koje će kompanija organizovati i, na taj način, direktno doprinesu rešavanju problema koje su uočili u svojoj zajednici. Pored grupnih volonterskih akcija, zaposleni doniraju i znanje i ekspertizu primenom naših programa i programa partnerskih organizacija. U skladu sa trenutnom strategijom ulaganja u profesionalno usavršavanje mladih i u njihovo zapošljavanje, naš cilj jeste u tome da do 2020. godine 50 posto svih volonterskih sati u toku godine bude usmereno na ovu oblast.

Dugogodišnju sistemsku posvećenost razvoju kulture volontiranja 2019. godine prepoznali su i Forum za odgovorno poslovanje i Smart kolektiv, koji su našoj kompaniji dodelili Nacionalnu nagradu za korporativno volontiranje. Navedena nagrada pripada svim našim kolegama-volonterima i predstavlja potvrdu misije našeg Kluba volontera – širenju uverenja da promena počinje od nas samih.

TOKOM 2019. GODINE 177 VOLONTERA JE ULOŽILO PREKO 900 SATI VOLONTERSKOG RADA U RAZLIČITE AKTIVNOSTI I PROGRAME PODRŠKE ZAJEDNICI.

Uskršnja volonterska akcija u Sopotu

Akcija farbanja uskršnjih jaja se sada već tradicionalno organizuje i drago nam je što smo i ove godine obradovali mališane iz Sopotu. Centar za brigu o deci COCI okuplja decu sa smetnjama u razvoju iz Sopotu i okolnih mesta, organizuje za njih radionice i aktivnosti na kojima se druže i razvijaju kreativnost. Osmoro naših kolega i koleginica ulepšalo je Uskršnje praznike deci iz ovog centra. Družili smo se sa njima u prostorijama Centra za kulturu u Sopotu i pripremljenim bojama i ukrasima svi zajedno farbali uskršnja jaja.

Tradicionalna volonterska akcija pravljenja džema od jagoda u centru Evo ruka

Evo ruka predstavlja udruženje roditelja i prijatelja dece sa smetnjama u razvoju koje pruža pomoć porodicama sa decom sa posebnim potrebama i podstiče razvoj pozitivnih inkluzivnih praksi. Udruženje Evo ruka je pokrenulo lokalni inkluzivni centar Mesto susreta u Zemun Polju, namenjen deci sa smetnjama u razvoju, a takođe ima svoje socijalno preduzeće i dva platenika sa povrćem.

I ovog proleća smo organizovali tradicionalnu akciju pravljenja domaćeg džema od jagoda u Udruženju Evo ruka. Osam naših koleginica i jedan kolega su očistili 100 kilograma jagoda i pripremili ih za kuvanje džema, a zaposleni u Udruženju su dovršili spremanje poslastice. Prodaja džema pomaže Udruženju da održava svoj rad i realizuje planirane aktivnosti. Ana Knežević, predsednica Udruženja, navela je da je ta akcija postala mala tradicija i njome praktično počinju sezonu pripreme zimnice, zbog čega im je posebno draga i značajna.



Čišćenje rečnog ostrva na Nišavi

Nakon što smo prošlog leta uredili izletišta oko Rimske česme u Nišu, naše kolege Nišlije su inicirale još jednu volontersku akciju. Zahvaljujući opštini Pantelej, koja drugu godinu zaredom podržava ovu akciju, ove godine smo uredili priobalje i malo rečno ostrvo na Nišavi, uklanjajući otpad i krupno rastinje, dok su nam partneri iz opštine Pantelej pomogli u košenju i odnošenju otpada.

Dekupaž radionica uz Zvuke srca

Dečje srce jeste humanitarna organizacija za pomoć osobama sa smetnjama u razvoju. Početkom 2019. godine, kako bi svojim korisnicima omogućili da rade, otvorili su kafić Zvuci srca u Beogradu, u kome rade osobe sa smetnjama u razvoju i u kome gosti ne plaćaju piće već ostavljaju dobrovoljnu donaciju. Osim kafića postoje i prodavnica i radionica, u kojoj se prodaju različiti predmeti, koje takođe prave korisnici te organizacije. U septembru smo se družili sa njima na dekupaž radionici na kojoj smo ukrašavali ramove, kutije, poslužavnike, podmetače za čaše i druge predmete, koje će oni prodavati u svojoj radionici i na taj način prikupljati sredstva za rad svoje organizacije.

Volonterska akcija u Centru Zvezda u Nišu

Naše kolege i kolegice iz Niša su u decembru odvojile jedan dan i pomogle Centru Zvezda da sredi prostorije svoje Kuće mogućnosti, u kojoj trenutno živi šestoro mladih bez roditeljskog staranja. Kolege su gletovale, okrečile i očistile prostorije.

Centar Zvezda od 2013. godine pomaže deci i mladima koji su bez roditeljskog staranja ili potiču iz izuzetno siromašnih i disfunkcionalnih porodica, a dve godine kasnije osnovana je Kuća mogućnosti u Beogradu i Nišu, u kojoj mladi koji izlaze iz socijalne zaštite imaju obezbeđen smeštaj, obroke, časove jezika, različite radionice i obuke, kao i podršku u traženju posla.

Novogodišnja volonterska akcija u Paraćinu

Coca-Cola volonteri iz Paraćina i okoline ulepšali su novogodišnje praznike korisnicima Dnevnog boravka za decu i omladinu sa smetnjama u razvoju u Paraćinu. Nakon prošlogodišnje dekupaž radionice, kolege su poželele da još jednom uvesele decu. Inicirale su i realizovale volontersku akciju, nabavili su sav potreban materijal, tempere, šarene papire, ukrase i šljokice i korisnicima Dnevnog boravka pomagali da prave zanimljive čestitke i neke druge ukrase i, najvažnije od svega, doprineli su prazničnoj atmosferi.

Dnevni boravak čini deo Centra za socijalni rad i deci ometenoj u razvoju pruža pomoć defektologa, logopeda i fizioterapeuta, ali isto tako i ljubav, druženje i kvalitetno provedeno vreme, organizujući brojne kreativne radionice. Drago nam je što smo uspeali da im ulepšamo jedan dan.



UNICEFOV Fer plej turnir u basketu

Tradicionalni humanitarni UNICEF-ov Fer plej turnir u basketu 2019. godine održan je 7. septembra u maloj sali Štark Arene, a naša kompanija je imala sjajnu ekipu. Zajedno sa ostalim predstavnicima kompanija, naša ekipa vođena sportskim duhom i višim, humanitarnim ciljem učestvovala je u još jednom uspešno organizovanom turniru i doprinela da se prikupi 2.498.000 dinara. Prikupljeni novac biće upotrebljen za izgradnju inkluzivnih igrališta, koja će deci sa različitim tipovima fizičkih, senzornih i intelektualnih smetnji u razvoju omogućiti da se igraju sa svojim vršnjacima i da steknu pozitivno iskustvo, ali i pružiti mogućnost da uče igrajući se. Zahvaljujemo se svojim kolegama na pokazanom sportskom i humanitarnom duhu i čestitamo na učešću!

Podrška akciji „Pruži korak!“

Na predlog zaposlenih, kompanija Coca-Cola HBC odlučila je da podrži humanitarnu akciju „Pruži korak!“ Akcija koju sprovodi organizacija NURDOR pokrenuta je sa ciljem da se prikupe sredstva za izgradnju nove Roditeljske kuće u Beogradu. Roditeljska kuća omogućava roditeljima dece iz cele Srbije koja se leče u Beogradu da tokom lečenja budu uz svoje mališane, bez dodatnih troškova.

Podršku akciji instaliranjem aplikacije „Pruži korak“ na mobilne telefone, koja meri prepešaćene korake i konvertuje ih u dinare, pružio je veoma veliki broj građana, a rezultati su premašili sva očekivanja. Sumu novca koja je prikupljena na takav način, NURDOR-u su u ime svih korisnika aplikacije donirale kompanije iz Srbije, među kojima je i Coca-Cola HBC.

Trka dobrote

U okviru 32. Beogradskog maratona organizovana je po prvi put i humanitarna akcija „Trka dobrote“. U toj akciji, koju je pokrenula Koalicija za dobročinstvo, nastupili su trkači i organizacije koje rade za opšte dobro i prikupljaju sredstva za rešavanje društvenih problema. U trci su učestvovali i naši zaposleni.

Coca-Cola HBC je tom akcijom podržala rad Banke hrane Beograd.



Novogodišnje humanitarne akcije

U decembru 2019. godine organizovan je drugi humanitarni novogodišnji Coca-Cola HBC bazar, na kome je prikupljeno 248.000 dinara, koje smo, uz novac prikupljen u humanitarnoj akciji sa Annual Management Meeting-a (104.600,00 RSD), kao i prošle godine sa radošću donirali Domu za decu ometenu u razvoju pri manastiru Svete Petke u Paraćinu. Uz prikupljeni iznos, kompanija je odlučila da donira još 3.000 evra, a donacija je svečano uručena prilikom posete Domu.

Bazar je okupio 12 odeljenja naše kompanije, koja su u jedinstvenoj pretprazničnoj atmosferi prodavala svoje rukotvorine, kolačiće i ukrase. Atmosfera, energija i neizostavni prednovogodišnji duh doprineli su velikom odazivu zaposlenih.

Tradicionalno, svake godine pred Novu godinu organizujemo i prikupljanje paketića za decu u domovima i institucijama širom Srbije. I ove godine smo preko 350 mališana iz 12 domova i udruženja obradovali novogodišnjim paketićima koje su posebno za njih pripremili naši zaposleni. Posebnu zahvalnost upućujemo kolegama koji su preuzeli uloge koordinatora ove akcije i pomogli da se paketići prikupe na vreme i dopreme na pravo mesto.



ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE I VODNIH RESURSA

Pored izuzetne posvećenosti upravljanju direktnim i indirektnim uticajima našeg poslovanja na vodne resurse, naša strategija u toj oblasti uključuje i ulaganje u projekte očuvanja vode u zajednici i podizanje svesti javnosti o značaju tog dragocenog prirodnog resursa.

Zahvaljujući partnerstvima na globalnom nivou, ali i na nacionalnom, te saradnji sa brojnim vladinim i nevladinim telima i organizacijama, nastojimo da na dosledan način sprovedimo svoju strategiju za upravljanje vodnim resursima i pružimo doprinos zaštiti prirode uopšte.

Coca-Cola HBC Grupa jeste potpisnica i osnivač CEO Water Mandate inicijative u okviru UN Global Compact-a. Inicijativa je pokrenuta u cilju rešavanja pitanja održivosti vode u operacijama, lancima snabdevanja i zajednicama, te podrazumeva rad sa vladom i nevladinim organizacijama u oblikovanju javnih politika u toj oblasti. U želji da bolje razumemo i način na koji se upotrebljava voda u našem lancu snabdevanja, takođe radimo sa Mrežom za vodeni otisak (Water Footprint Network). Na globalnom nivou, već više od deset godina negujemo saradnju sa Svetskim fondom za zaštitu prirode (WWF), dajući doprinos očuvanju biodiverziteta i drugim pitanjima od značaja.

Zahvaljujući dugogodišnjim partnerstvima koje naša kompanija neguje u Srbiji, aktivno radimo na podizanju svesti građana, posebno najmlađih, o važnosti odgovornog korišćenja vode i ostalih prirodnih resursa, pokazujući im na koji način oni sami mogu doprineti ovoj temi.

Promocija recikliranja ambalažnog otpada

Uz podršku gradskih uprava Požarevca i Valjeva i u saradnji sa kompanijom Sekopak, naša kompanija lansirala je projekat pod imenom „Komšije se pomažu, ambalažu odlažu!“, koji, pored ekološke, ima i važnu socijalnu dimenziju. Kao okosnica projekta, osnovano je osam socijalnih preduzeća koja će u pomenutim gradovima sakupljati ambalažni otpad iz domaćinstava. Predviđeno je prikupljanje PET ambalaže i limenki na najneposredniji način „od vrata do vrata“ koje će se sprovoditi u naredne tri godine.

Projektom je planirano unapređenje oblasti reciklaže ambalaže, podizanje nivoa prikupljenog otpada na mestu nastanka i podsticanje zapošljavanja socijalno ugroženih kategorija stanovništva. Naša kompanija u potpunosti finansira program uz stručnu, mentorsku i logističku pomoć Sekopaka i u saradnji sa lokalnim javnim komunalnim preduzećima, kao i Nacionalnom službom za zapošljavanje. Kompanija Sekopak će svu prikupljenu ambalažu otkupljivati po tržišnim cenama. Za preduzetnika koji po isteku perioda od tri godine ispuni postavljene ciljeve projekta i bude najuspešniji u sakupljanju ambalaže, naša kompanija će obezbediti vredan poklon – kamion Iveco Porter.

Coca-Cola HBC i Sekopak demonstrirali su svoju udruženu aktivnost na sakupljanju reciklažnog otpada i, u okviru toga, na finalu takmičenja „Sportske igre mladih“, održanom u julu 2019. godine, uspešno da prikupe 60 kilograma PET i AL otpada.

Dan Dunava 2019.

Na očuvanju Dunava posvećeno radimo već 15 godina. Od 2004. godine, u saradnji sa Republičkom direkcijom za vode i brojnim partnerima, realizujemo različite akcije, kako bismo zaštitili najveću evropsku reku, a u partnerstvu sa WWF-om (Svetskom organizacijom za prirodu), u specijalnom rezervatu prirode Gornje Podunavlje, obnavljali smo vlažna i plavna područja Dunava.

Coca-Cola Sistem u Srbiji obeležava Međunarodni dan Dunava još od 2004. godine. Do sada su proslave organizovane sa brojnim partnerima, gradovima i opštinama, a jedinstvene dunavske eko parkove dobila su četiri podunavska grada: Apatin, Novi Sad, Smederevo i Sombor.

Međunarodni dan Dunava obeležen je 28. juna 2019. godine organizacijom velike volonterske akcije čišćenja priobalja u sedam podunavskih gradova: Beogradu, Apatinu, Somboru, Novom Sadu, Smederevu, Golupcu i Kladovu. Veliki broj učesnika, sjajna organizacija i još bolja atmosfera, obeležili su tu ambicioznu akciju, sprovedenu u saradnji sa organizacijom Let's do it Srbija. Oko 350 volontera je očistilo više od dva kilometra obale i prikupilo dve i po tone otpada.

Sjajni rezultati su ostvareni zahvaljujući fantastičnom odzivu građana, kao i naših Coca-Cola volontera, i njihovoj spremnosti da pruže svoj lični doprinos očuvanju životne sredine i podrže kompaniju u naporima da unapredi zajednicu u kojoj posluje. Posebno smo ponosni na činjenicu da su se akciji u Smederevu i Beogradu pridružili i volonteri Bambija koji je od 2019. godine deo Coca-Cola HBC Grupe, pokazujući da timski duh delimo i kada je reč o brizi za zajednicu.

Značaj akcije prepoznalo je Ministarstvo zaštite životne sredine, a ministar Goran Trivan je prilikom učešća u čišćenju priobalja izjavio: „Coca-Cola sistem je kompanija koja se trudi da bude veoma odgovorna prema okruženju u kome radi i danas smo zbog toga ovde, da simbolično pokažemo kako najveći svetski biznis ide ruku pod ruku sa zaštitom životne sredine.“

Konkurs za srednjoškolce

Povodom obeležavanja Međunarodnog dana Dunava, Coca-Cola Sistem pokrenuo je konkurs za najuspešniju školu u prikupljanju ambalažnog otpada, u saradnji sa Nacionalnom asocijacijom roditelja i nastavnika Srbije. Prilikom učešća imale su srednje škole u sedam podunavskih gradova, a učenici su pokazali izuzetno interesovanje i angažovanost.

Učenici 15 srednjih škola prikupili su više od dve tone ambalažnog otpada, a najuspešniji su bili učenici gimnazije „Nikola Tesla“ iz Apatina, koji su prikupljanjem čak 480 kilograma iskorišćene ambalaže svojoj školi obezbedili donaciju za renoviranje školskog dvorišta u iznosu od 10.000 evra.





GRI INDEKSII INDIKATORI



GRI INDEKS I INDIKATORI

GRI STANDARDI	GRI 102: OPŠTI PODACI	STRANA
	Profil kompanije	
102 - 1	NAZIV KOMPANIJE	7
102 - 2	AKTIVNOSTI, BRENDOVI, PROIZVODI/USLUGE	7
102 - 3	LOKACIJA SEDIŠTA KOMPANIJE	7
102 - 4	LOKACIJA POSLOVANJA	7
102 - 5	PRAVNA FORMA I PRIRODA VLASNIŠTVA	7
102 - 6	TRŽIŠTA NA KOJIMA KOMPANIJA POSLUJE	6,7
102 - 7	VELIČINA KOMPANIJE	6,7,10
102 - 8	PODACI O ZAPOSLENIMA I DRUGIM RADNICIMA	34
102 - 9	DOBAVLJAČKI LANAC	29
102 - 10	ZNAČAJNE PROMENE U PERIODU IZVEŠTAVANJA U VEZI SA VELIČINOM, STRUKTUROM, VLASNIŠTVOM KOMPANIJE, ILI LANCEM DOBAVLJAČA	8
102 - 11	UPRAVLJANJE RIZICIMA U KONTEKSTU PRINCIPA PREDOSTROŽNOSTI U JEDINJENIH NACIJA	12,13
102 - 12	PRIVRŽENOST EKSTERNIM INICIJATIVAMA	12-13,18
102 - 13	ČLANSTVO U UDRUŽENJIMA	18
2.	STRATEGIJA	
102 - 14	UVODNA REČ IZVRŠNOG DIREKTORA	2
102 - 15	KLJUČNI UTICAJI, RIZICI I MOGUĆNOSTI	12, 13, 18, 20
3.	ETIKA I INTEGRITET	
102 - 16	VREDNOSTI, PRINCIPI, STANDARDI I NORME PONAŠANJA	9,20
102 - 17	SAVETODAVNI MEHANIZMI O ETIČKIM PITANJIMA	20
4.	UPRAVLJANJE	
102 - 18	UPRAVLJAČKA STRUKTURA	19
102 - 19	PROCES DELEGIRANJA NADLEŽNOSTI ZA EKONOMSKE, DRUŠTVENE I TEME U VEZI SA ŽIVOTNOM SREDINOM	19
102 - 22	SASTAV NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA	19, 34-35
102 - 23	UPRAVLJAČKA I IZVRŠNA FUNKCIJA PREDSEDNIKA NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA	19

GRI STANDARDI	GRI 102: OPŠTI PODACI	STRANA
	Profil kompanije	
102 - 24	PROCEDURE ZA IMENOVANJE ČLANOVA BORDA	19
102 - 25	KONFLIKT INTERESA	20,21
102 - 26	ULOGA BORDA I VIŠEG MENADŽMENTA U RAZVOJU, USVAJANJU I REVIZIJI MISIJE, STRATEGIJE, POLITIKA, I CILJEVA POVEZANIH SA ODRŽIVOŠĆU	19
102 - 35	POLITIKA NAKNADA ZA NAJVIŠE UPRAVLJAČKO Telo I VIŠI MENADŽMENT	19
5.	UKLJUČIVANJE STEJKHOLDERA	
102 - 40	LISTA UKLJUČENIH STEJKHOLDERA	15-171
102 - 41	KOLEKTIVNI UGOVOR	36
102 - 42	PROCES ZA DEFINISANJE I IZBOR STEJKHOLDERA	14, 15
102 - 43	PRISTUP UKLJUČIVANJU STEJKHOLDERA	15-17
102 - 44	KLJUČNE TEME KOJE SU STEJKHOLDERI POKRENULI	15-171
6.	PRAKSE IZVEŠTAVANJA	
102 - 45	ENTITETI UKLJUČENI U KONSOLIDOVANI FINANSIJSKI IZVEŠTAJ	4
102 - 46	DEFINISANJE SADRŽAJA IZVEŠTAJA I GRANICA TEMA	4,13-14
102 - 47	LISTA MATERIJALNIH TEMA	13,14
102 - 48	KOREKCIJE PODATAKA	/
102 - 49	PROMENE U IZVEŠTAVANJU	/
102 - 50	PERIOD IZVEŠTAVANJA	4
102 - 51	DATUM PRETHODNOG OBJAVLJENOG IZVEŠTAJA	4
102 - 52	CIKLUS IZVEŠTAVANJA	4
102 - 53	KONTAKT OSOBA ZA PITANJA U VEZI SA IZVEŠTAJEM	4
102 - 54	IZJAVA O USAGLAŠENOSTI SA GRI STANDARDIMA	4
102 - 55	GRI INDEKS / UPOREDNA TABELA GRI I GDUN	72-76
102 - 56	VERIFIKACIJA IZVEŠTAJA	/

	GRI OBLASTI I INDIKATORI	STATUS 2019.	STRANA
	GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*		
	KATEGORIJA: EKONOMIJA – GRI 200		
	ASPEKT: EKONOMSKE PERFORMANSE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 201		9,10
201-1	DIREKTA GENERISANA I DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VREDNOST	•	10
201-2	FINANSIJSKE POSLEDICE I DRUGI RIZICI I PRILIKE ZA POSLOVANJE KOMPANIJE USLED KLIMATSKIH PROMENA	→	52
	TEMA: PRAKSE NABAVKE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 204		29,30
204-1	UDEO POTROŠNJE NA LOKALNE DOBAVLJAČE U ZNAČAJNIM LOKALITETIMA POSLOVANJA	•	29
	TEMA: ANTIKORUPCIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 205		20,21
205-1	PROCENAT I UKUPAN BROJ POSLOVNIH JEDINICA PODVRGнутиH ANALIZI RIZIKA OD KORUPCIJE I ZNAČAJNI IDENTIFIKOVANI RIZICI	→	21
205-2	KOMUNIKACIJA I OBUKE O ANTIKORUPCIJSKIM POLITIKAMA I PROCEDURAMA KOMPANIJE	•	21
205-3	POTVRĐENI SLUČAJEVI KORUPCIJE I PREDUZETE MERE	•	21
	TEMA: ANTIKOMPETITIVNO PONAŠANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 206		21
206-1	RAVNI POSTUPCI POKRENUTI ZBOG PONAŠANJA U SUPROTNOSTI SA NAČELOM SLOBODNE TRŽIŠNE KONKURENCIJE, TRUSTOVSKIH I MONOPOLISTIČKIH PRAKSI	•	21
	KATEGORIJA: ŽIVOTNA SREDINA – GRI 300		
	TEMA: MATERIJALI – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 301		46,47
301-1	UPOTREBLJENI MATERIJALI PREMA TEŽINI ILI ZAPREMINI	•	52
301-2	UPOTREBLJENI ULAZNI MATERIJAL KOJI JE RECIKLIRAN	•	52
301-3	PREUZETI PROIZVODI I NJIHOVI AMBALAŽNI MATERIJALI	•	58
	TEMA: ENERGIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 302		46-48 52-53
302-1	POTROŠNJA ENERGIJE UNUTAR KOMPANIJE*	•	53
302-2	POTROŠNJA ENERGIJE VAN KOMPANIJE	•	53
302-3	ENERGETSKI INTENZITET	•	48
302-4	SMANJENJE POTROŠNJE ENERGIJE	•	48,53
302-5	SMANJENJE U ENERGETSKIM ZAHTEVIMA PROIZVODA I USLUGA	•	48,53
	TEMA: VODA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 303		49-50
303-3	CRPLJENJE VODE	•	50
303-4	ISPUŠTANJE VODE	•	51
303-5	POTROŠNJA VODE	•	50
	TEMA: BIODIVERZITET – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 304		47
304-2	304-2 ZNAČAJNI UTICAJI DELATNOSTI, PROIZVODA I USLUGA NA BIODIVERZITET	•	47
304-4	304-4 VRSTE KOJE SE NALAZE NA CRVENOM POPISU IUCN-A I NACIONALNOM POPISU UGROŽENIH VRSTA SA STANIŠTIMA NA PODRUČJIMA POGOĐENIMA POSLOVNIM DELATNOSTIMA KOMPANIJE	•	47
	TEMA: EMISIJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 305		47,55
305-1	DIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 1)	•	54-55
305-2	INDIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 2)	•	54-55

	GRI OBLASTI I INDIKATORI	STATUS 2019.	STRANA
	GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*		
305-3	305-3 DRUGE INDIRECTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 3)	•	54-55
305-4	305-4 INTENZITET EMISIJA GASOVA STAKLENE BAŠTE	•	55
305-5	305-5 SMANJENJE EMISIJA GASOVA STAKLENE BAŠTE	•	55
305-6	305-6 EMISIJE SUPSTANCI KOJE OŠTEĆUJU OZONSKI OMOTAČ	•	55
305-7	305-7 NOX, SOX I DRUGE ZNAČAJNE EMISIJE U VAZDUH	•	54
	TEMA: IZLIVANJA I OTPAD – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 306		56,58
306-2	OTPAD PREMA VRSTI I METODI ZBRINJAVANJA	•	57
306-3	ZNAČAJNA IZLIVANJA	•	57
306-4	TRANSPORT OPASNOG OTPADA	•	58
306-5	VODENA PODRUČJA POGOĐENA ISPUŠTANJEM I/ILI ISTICANJEM VODE	•	49
	TEMA: EKOLOŠKA USAGLAŠENOST – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 307		46
307-1	NEPRIDRŽAVANJE ZAKONA I PROPISA O ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE	•	46
	TEMA: EKOLOŠKA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 308		29,30
308-1	NOVI DOBAVLJAČI KOJI SU PODVRGнутиH ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA U VEZI SA UTICAJEM NA ŽIVOTNU SREDINU	•	30
308-2	ZNAČAJNI OSTVARENI I POTENCIJALNI NEGATIVNI UTICAJI NA ŽIVOTNU SREDINU KROZ LANAC DOBAVLJAČA I PREDUZETE MERE	•	30
	KATEGORIJA: DRUŠTVO – GRI 400		
	TEMA: ZAPOSŁJAVANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 401		33-34
401-1	UKUPAN BROJ NOVOZAPOSLENIH I FLUKTUACIJA ZAPOSLENIH	•	34
401-2	BENEFICIJE OBEZBEDENE ZAPOSLENIMA SA PUNIM RADNIM VREMENOM KOJE NISU OBEZBEDENE ZAPOSLENIMA NA ODREĐENO VREME ILI ZAPOSLENIMA SA NEPUNIM RADNIM VREMENOM	•	36
401-3	PORODILJSKO ODSUSTVO	•	35
	TEMA: ODNOS ZAPOSLENIH I MENADŽMENTA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 402		36,38
402-1	NAJMANJI PERIOD U KOME SE UNAPRED OBAVEŠTAVA O PROMENAMA U POSLOVANJU	•	36
	TEMA: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST NA RADNOM MESTU – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 403		42,43
403-4	UČEŠĆE, SAVETOVANJE I KOMUNIKACIJA SA ZAPOSLENIMA U VEZI SA BEZBEDNOŠĆU I ZDRAVLJEM NA RADU	•	42,43
403-9	POVREDE U VEZI SA RADOM	•	43
	ASPEKT: OBUKE I OBRAZOVANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 404		39
404-1	PROSEČAN BROJ SATI OBUKE PO ZAPOSLENOM	•	40
404-2	PROGRAMI ZA UNAPREĐIVANJE VEŠTINA ZAPOSLENIH I PROGRAMI KOJI IM POMAŽU U USPEŠNOM OKONČANJU RADNOG VEKA	•	40-41
404-3	PROCENAT ZAPOSLENIH KOJI DOBIJAJU REDOVNU OCENU RADNOG UČINKA I INDIVIDUALNOG RAZVOJA	•	39
	TEMA: RAZLIČNOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 405		34
405-1	SASTAV UPRAVLJAČKIH TELA I STRUKTURA ZAPOSLENIH	•	35
	TEMA: ANTIDISKRIMINACIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 406		34-35
406-1	SLUČAJEVI DISKRIMINACIJE I PREDUZETE MERE	•	35

	GRI OBLASTI I INDIKATORI	STATUS 2019.	STRANA
	GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*		
	TEMA: PROCENA LJUDSKIH PRAVA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 412		34-35
412-2	OBUKA ZAPOSLENIH O POLITIKAMA I POSTUPCIMA KOJI SE TIČU LJUDSKIH PRAVA	•	35
	TEMA: DRUŠTVENA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 414		29,30
414-1	PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA VEZANIM ZA DRUŠTVO	•	30
414-2	PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA VEZANIM ZA DRUŠTVO	•	30
	TEMA: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 416		25,26
416-1	PROCENA ZDRAVSTVENIH I BEZBEDNOSNIH UTICAJA KATEGORIJA PROIZVODA I USLUGA	•	25
416-2	SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA U VEZI SA ZDRAVSTVENIM I BEZBEDNOSNIM UTICAJIMA PROIZVODA I USLUGA	•	25
	TEMA: MARKETING I OZNAČAVANJE PROIZVODA I USLUGA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 417		27
417-1	ZAHTEVI U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	•	27
417-2	SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA PROPISA U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	•	27

● INDIKATOR ISPUNJEN U POTPUNOSTI

→ DELIMIČNO ISPUNJEN INDIKATOR

*IZVEŠTAJ JE SAČINJEN U SKLADU SA OSNOVNOM (CORE) OPCIJOM GRI STANDARDA. DODATNO SU ISPUNJENI NEKI OD ZAHTEVA ZA SVEOBUHVAATNU (COMPREHENSIVE) OPCIJU:

102-15, 102-17, 102-19, 102-22 DO 102-26, 102-35.

DODATNE NAPOMENE:

POKAZATELJI 303-1, 303-2 I 303-3 SU UVOĐENJEM NOVE VERZIJE POKAZATELJA U OBLASTI GRI 303 VODA – 2018, ZAMENJENI SA 303-3, 303-4 I 303-5.

POKAZATELJ 306-1 JE UVOĐENJEM NOVE VERZIJE POKAZATELJA U OBLASTI GRI 303 VODA – 2018, UKLJUČEN U NOVI POKAZATELJ 303-4 ISPUŠTANJE VODE.

POKAZATELJI 403-1, 403-2, 403-4 SU UVOĐENJEM NOVE VERZIJE POKAZATELJA U OBLASTI GRI 403 ZDRAVLJE I BEZBEDNOST NA RADNOM MESTU – 2018, ZAMENJENI NOVIM 403-4 I 403-9.

POKAZATELJI 403-1 I 403-4 SU UVOĐENJEM NOVE VERZIJE POKAZATELJA U OBLASTI GRI 403 ZDRAVLJE I BEZBEDNOST NA RADNOM MESTU – 2018, DELIMIČNO ZAMENJENI SA NOVIM 403-4 UČEŠĆE, SAVETOVANJE I KOMUNIKACIJA SA ZAPOSLENIMA U VEZI SA BEZBEDNOŠĆU I ZDRAVLJEM NA RADU.

*detaljni GRI pokazatelji dostupni su u Godišnjim izveštajima o održivom poslovanju za 2013, 2014, 2015, 2016, 2017. i 2018. godinu na <https://rs.coca-colahellenic.com/rs/preuzimanje/>

GLOBALNI DOGOVOR UJEDINJENIH NACIJA I GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Globalni dogovor Ujedinjenih nacija (United Nations Global Compact – UNGC) predstavlja globalnu dobrovoljnu inicijativu koja uključuje predstavnike kompanija, akademskih institucija, civilnog društva, gradova i sindikata koji su svoje delovanje posvetili poštovanju deset univerzalnih principa iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne sredine i borbe protiv korupcije. Coca-Cola HBC Srbija aktivno učestvuje u lokalnoj mreži koju je Globalni dogovor razvio u Srbiji i pomaže da principi ove mreže zažive u poslovnoj zajednici i među partnerima iz drugih sektora.

Naš pristup podrazumeva:

- Implementaciju 10 principa UNGC u poslovanje i korporativnu strategiju
- Promociju 10 principa u dobavljačkom lancu
- Podsticanje razvoja lokalne mreže
- Pružanje podrške globalnoj platformi UNGC
- Doprinos širim ciljevima razvoja UN-a
- Transparentno izveštavanje u skladu sa zahtevima UNGC-a

Članovi Globalnog dogovora imaju obavezu da na godišnjem nivou izveštavaju o napretku u sprovođenju 10 principa društveno odgovornog poslovanja. Globalni dogovor i GRI su komplementarne inicijative, čija je dugoročna saradnja zasnovana na Memorandumu o razumevanju potpisanom 2013. godine, od kada se izveštaji izrađeni u skladu sa GRI smernicama u potpunosti prihvataju kao Izveštaji o napretku u odnosu na UNGC.

UPOREDNA TABELA PRINCIPA GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN) I GRI INDIKATORA

PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN)	ODGOVARAJUĆE STAVKE U GRI STANDARDIMA
LJUDSKA PRAVA	
PRINCIP 1 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU I POŠTUJU ZAŠTITU MEĐUNARODNO PRIZNATIH LJUDSKIH PRAVA I	103-2 412-2
PRINCIP 2 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA SVOJIM POSLOVANJEM NE UČESTVUJU U KRŠENJU LJUDSKIH PRAVA.	414-1
RADNA PRAVA	
PRINCIP 3 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU SLOBODU UDRUŽIVANJA I POTPUNU PRIMENU PRAVA NA KOLEKTIVNO PREGOVARANJE,	102-41 402-1
PRINCIP 4 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU UKIDANJE SVIH OBLIKA PRINUDNOG I PRISILNOG RADA,*	412-2 414-1 414-2
PRINCIP 5 UKIDANJE SVIH OBLIKA DEČJEG RADA I*	412-2 414-1 414-2
PRINCIP 6 UKIDANJE DISKRIMINACIJE U POGLEDU ZAPOSŁJAVANJA I IZBORA ZANIMANJA.	102-8 401-1 401-3 404-1 404-3 405-1 406-1
ŽIVOTNA SREDINA	
PRINCIP 7 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA ODGOVORNO PODRŽAVAJU PRINCIP PREDOSTROŽNOSTI U ODNOSU NA IZAZOVE ŽIVOTNE SREDINE,	103-2 301-1 301-2 301-3



Coca-Cola HBC
Srbija