

ODRŽIVOŠT

SNAGA KOJA POKREĆE ZAJEDNIČKE PROMENE



Izveštaj o održivom poslovanju za 2025. godinu

**Originalna fotografija prirode / Vlasina*

Dobrodošli u Izveštaj o održivom poslovanju kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi za 2025. godinu.

Ovo je 13. Izveštaj kompanije Coca-Cola HBC Srbija i 6. zajednički izveštaj koji obuhvata ujedno i rezultate kompanije Bambi, kroz koji predstavljamo naš napredak u ostvarivanju ciljeva održivosti i stvaranju dugoročne vrednosti za zaposlene, kupce, partnere i zajednicu.

Izveštaj je pripremljen u skladu sa smernicama vodeće svetske metodologije za izveštavanje, Global Reporting Initiative (GRI), čime obezbeđujemo transparentan i uporediv prikaz naših rezultata. Verujemo da održivost predstavlja osnovu za odgovorno poslovanje i dugoročni razvoj. U ovom Izveštaju predstavljeni su rezultati i aktivnosti kojima doprinosimo očuvanju resursa, osnaživanju zajednica i stvaranju dugoročnih pozitivnih promena.

Zajedno nastavljamo da gradimo održiviju budućnost.

- 03 Najznačajniji rezultati u 2025. godini
- 04 Uvodnik - generalni direktor Coca-Cola HBC Srbija
- 05 Uvodnik - generalni direktor Bambi

O NAMA

- 06 Osnovni podaci o kompaniji
- 09 Naši stubovi rasta
- 10 Strategija održivosti
- 11 Misija 2025
- 14 Misija Refresh
- 16 Bambi Misija održivosti
- 18 Procena materijalnosti i uključivanje zainteresovanih strana
- 21 Upravljanje

TRŽIŠTE

- 27 Ključne aktivnosti i rezultati u 2025. godini
- 29 Unapređenje portfolia
- 35 Zdravlje i bezbednost potrošača
- 36 Ishrana i informacije o proizvodima
- 39 Stvaramo dodatnu vrednost za kupce
- 41 Odgovorno snabdevanje

NAŠI LJUDI

- 47 Ključne aktivnosti i rezultati u 2025. godini
- 48 Radni uslovi
- 51 Kolektivni ugovor i briga o zaposlenima
- 55 Beneficije

- 58 Zdravlje i bezbednost
- 63 Jednak tretman i mogućnosti za sve
- 64 Razvoj zaposlenih

ŽIVOTNA SREDINA

- 68 Ključne aktivnosti i rezultati u 2025. godini
- 69 Pristup upravljanju
- 73 Klimatske promene
- 74 Upravljanje ugljeničnim otiskom
- 79 Direktne operacije
- 83 Uticaji u lancu vrednosti
- 88 Ambalaža i upravljanje otpadom
- 93 Smanjenje upotrebe vode i upravljanje vodnim resursima
- 98 Biodiverzitet

ZAJEDNICA

- 101 Ključne aktivnosti i rezultati u 2025. godini
- 102 Razvoj zajednica
- 103 Ulaganje u razvoj mladih
- 104 Partnerski programi u lokalnim zajednicama
- 108 Inicijative usmerene na upravljanje ambalažnim otpadom
- 110 Podrška kroz donacije i sponzorstva
- 112 Volontiranje

GRI INDEKS

- 113 GRI Indeks i indikatori



Najznačajniji rezultati u 2025. godini



21.853



3.747

SATI EDUKATIVNIH
TRENINGA ZA ZAPOSLENE



5,45%



2,9%

FLUKTUACIJE
ZAPOSLENIH



↓ 75,2%



↓ 54,71%

SMANJENJA EMISIJA CO2 DIREKTNO POVEZANIH
SA NAŠIM OPERACIJAMA (2019 - 2025)



100%



100%

ENERGIJE IZ
OBNOVLJIVIH IZVORA



100%



99,72%

ZBRINUTOG OTPADA IZ
PROIZVODNJE I KANCELARIJA



↓ 55,01 %



↓ 48,65%

MANJA POTROŠNJA
VODE*



100%



98,6%

AMBALAŽNOG PAKOVANJA
MOŽE DA SE RECIKLIRA



82,89%



69,68%

NABAVKE OD DOMAĆIH
DOBAVLJAČA

>2.600

MLADIH OSNAŽENO KROZ
PROGRAME PODRŠKE

>200

HILJADA EURA INVESTIRANO
U LOKALNE ZAJEDNICE

>225

HILJADA LITARA
DONIRANO U PROIZVODIMA

>42

STONE DONIRANO
U PROIZVODIMA

>5.400

**VOLONTERSKIH
SATI**

*COCA-COLA HBC SRBIJA - SMANJENE PO LITRU PROIZVEDENOG PIĆA (2007 - 2025)
BAMBI - SMANJENJE UKUPNE POTROŠNJE VODE (2019 - 2025)



Strateške odluke za dugoročni rast

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

Dragi partneri,

Svaki dobar rezultat počinje mnogo pre izlaska na teren - sa jasnim ciljem, dobrom pripremom i timom koji zna u kom pravcu idemo. Prava snaga pokazuje se u igri: u sposobnosti da prepoznamo promenu, brzo joj se prilagodimo i ostanemo usmereni na zajednički cilj. Upravo bih tako opisao prošlu, 2025. godinu, u kojoj smo dodatno ojačali temelje našeg poslovanja.

Iskustvo i standarde globalnog sistema povezujemo sa razumevanjem lokalnog tržišta. Najbolje rezultate, međutim, postizemo zajedno sa zaposlenima, kupcima, dobavljačima, partnerima i zajednicama. Na „terenu“ koji se brzo menja, ta povezanost pomaže nam da sačuvamo poverenje, kvalitet odnosa i odgovornost prema ljudima i životnoj sredini, odnosno vrednostima na koje se oslanja naše poslovanje.

Zajedničke ambicije podržavamo konkretnim ulaganjima. Tokom 2025. godine investirali smo ukupno 35,2 miliona evra u poslovanje u Srbiji - od proizvodnih kapaciteta, do infrastrukture i unapređenja procesa.

Unapređenja u procesima donose i konkretan rezultat - emisije iz opsega 1 i 2 smanjili smo za 75% u odnosu na baznu 2019. godinu, potrošnju vode po litru proizvedenog pića od 2007. do 2025. za 55%. Dodatno, smanjenjem težine PET boce od jednog litra sa 37 na 32 grama i optimizacijom upotrebe termo-skupljajuće i nano-streč folije, emisije CO₂ smanjili smo za procenjenih 514 tona godišnje.

U skladu sa posvećenošću transparentnom izveštavanju, Izveštaj za 2025. godinu uključuje nezavisnu verifikaciju ključnih indikatora u oblasti životne sredine, čime dodatno unapređujemo preciznost naših podataka i postignutih rezultata.

Osluškujući potrebe potrošača, nastavili smo da razvijamo naš 24/7 portfolio. Lansirali smo 14 novih ukusa i 43 nova formata pakovanja, uz snažan fokus na proizvode sa manje ili bez šećera. Od Coca-Cola Lime, Fanta Grape i Schweppes Purple, do inovacija u kategorijama energetskih i funkcionalnih napitaka poput Powerade, nastavili smo da širimo izbor i održavamo relevantnost naših brendova.

Prethodnu godinu obeležio je i važan jubilej – 20 godina otkako je punionica negazirane vode Rosa postala deo Coca-Cola sistema. Od 2005. do danas Rosa je izrasla u regionalno prepoznat brend. Nastavljamo da ulažemo u njene kapacitete, tehnologiju, ljude i standarde, čuvajući odgovornost prema prirodi i zajednici koja je od početka deo njenog identiteta.

Sa Beogradskom arenom započeli smo zlatno partnerstvo koje nam omogućava neposredan kontakt sa potrošačima u trenucima kada zajedno delimo strast i energiju, a ujedno predstavlja početak dugoročne saradnje.

U 2026. godini nastavljamo da se vodimo globalnom strategijom održivosti Coca-Cola HBC Grupe “Mission Refresh”, i našim dugoročnim putem ka neto nultim emisijama.

Pred vama je naš 13. Izveštaj o održivom poslovanju, ujedno i šesti koji objavljujemo zajedno sa kompanijom Bambi. On pokazuje koliko smo napredovali, ali nas podseća i na nove prilike za još snažniji, pozitivan uticaj.

Kao i na svakom terenu, rezultat zavisi od toga koliko dobro igramo kao tim – koliko verujemo jedni drugima, prepoznamo promene i doprinosimo zajedničkom cilju. Zato ćemo nastaviti da jačamo lokalno prisustvo i partnerstva, stvarajući vrednost koja ostaje.

Hvala našim zaposlenima, partnerima, kupcima i svim članovima zajednica sa kojima delimo odgovornost za budućnost.

Godina obnove. Godina novog početka.

Dragan Stajković
Generalni direktor
Bambi

Neke godine mere se rezultatima. Druge ostanu zapamćene po onome što su nas naučile. Za Bambi je 2025. bila i jedno i drugo - godina u kojoj smo, posle jednog od najtežih perioda u našoj istoriji, pokazali da snaga nije samo u tome da izdržimo, već i da iz iskustva izgradimo osnovu za ono što dolazi.

Ako je 2024. bila godina u kojoj smo pokazali koliko možemo da istrajemo, 2025. je bila godina u kojoj smo pokazali koliko brzo možemo da obnovimo, pokrenemo i unapredimo poslovanje. Za rekordnih devet meseci izgradili smo novi proizvodni pogon sa dve najveće i najduže linije za tvrdi keks u Evropi. Plazmu smo vratili potrošačima, a ona je do kraja godine ponovo zauzela lidersku poziciju u svojoj kategoriji.

Ali obnova za nas nije značila samo ponovno uspostavljanje proizvodnje. Bila je to prilika da zastanemo, sagledamo ono što smo naučili i odlučimo kako želimo da izgleda Bambi koji gradimo dalje. Zato održivost nismo posmatrali kao odvojenu temu, već kao sastavni deo načina na koji poslujemo: odgovorno prema ljudima, partnerima, zajednici i životnoj sredini.

Najbolja potvrda da smo na pravom putu stigla je od potrošača. Povratak Plazme pokazao je da se poverenje koje se gradi decenijama ne prekida ni onda kada proizvoda nema na polici, a da je upravo to poverenje - naš najvredniji kapital. Nova pakovanja od 400 i 800 grama postala su najuspešnija lansiranja u kategoriji, dok smo portfolio nastavili da razvijamo inovacijama u okviru brendova Plazma, Wellness i Zlatni Pek.

Istovremeno smo otvorili novo poglavlje međunarodnog razvoja. Pokretanjem proizvodnje Plazme u Nigeriji, prvi put van Srbije, potvrdili smo ulogu Bambija kao globalnog eksperta Coca-Cola HBC Grupe za kategoriju biskvita.

Taj rast gradimo zajedno sa partnerima: gotovo 70 odsto budžeta nabavke usmerili smo ka lokalnim dobavljačima, jer želimo da vrednost koju stvaramo ostane i u privredi u kojoj poslujemo.

Ni najbolji pogon ni najbolji plan, međutim, ne vrede bez ljudi koji ih pokreću. Naš tim od 702 zaposlena ostao je stabilan i u najzahtevnijoj godini, uz rekordno nisku stopu fluktuacije od 2,9 odsto i preko 3.700 sati uložених u obuke i razvoj koleginica i kolega. Više od 96 odsto zaposlenih ima ugovor na neodređeno vreme, jer sigurnost u Bambiju nije samo benefit: ona je osnova na kojoj ljudi mogu da grade dugoročnu karijeru.

Odgovornost prema ljudima i odgovornost prema planeti za nas su deo istog zadatka. Zato smo i u godini u kojoj smo gradili nove kapacitete nastavili da smanjujemo svoj uticaj na životnu sredinu - ne uprkos obnovi, već upravo kroz nju. Količinu komunalnog otpada smanjili smo za blizu 20 odsto u odnosu na prethodnu godinu i za 85% u odnosu na 2019. godinu, dok se blizu 100% otpada nastalog na lokaciji fabrike zbrinjava na održiv način. Ulaganjem u savremeniju opremu i čistije tehnologije nastavljamo da unapređujemo energetska efikasnost, smanjujemo svoj uticaj i odgovornije koristimo resurse.

Briga o zajednici za nas se ne završava u fabrici. U njen razvoj uložili smo više od 50.000 evra i donirali 42 tone proizvoda. Projekat Plazma paketića za đake prvake postao je regionalan i obuhvatio 130.000 prvaka u Srbiji, Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini i Severnoj Makedoniji. Kroz Plazma Sportske igre mladih nastavili smo da podržavamo sport, zajedništvo i fer-plej širom regiona, dok smo sa Eko Bagom stare bilborde iz Plazma Comeback kampanje pretvorili u poklone za partnere i zaposlene. Za naše projekte i kampanje dobili smo priznanja i publike i ekspertske zajednice - potvrdu da odgovornost, kreativnost i hrabrost mogu da idu zajedno.

Sve što smo naučili tokom obnove sada postaje deo naše sledeće faze razvoja. Nova fabrika i Centar za istraživanje i razvoj biće pokretači novih inovacija, proizvoda i prilika za rast. Ono što smo izgradili tokom 2025. nije samo odgovor na ono što se dogodilo. To je temelj za ono što tek dolazi.

Iz iskustva najtežih dana izvukli smo ono najvrednije - snagu, znanje i veru u ono što možemo zajedno. Obnovili smo više od proizvodnje. Obnovili smo temelje za budućnost.



„Nismo se vratili na staro. Iskustvo iz najtežih dana pretvorili smo u snagu za naše nove uspehe!“

1.

OSNOVNI PODACI O KOMPANIJI

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi deo su Coca-Cola HBC Grupe, jedne od najvećih punionica Coca-Cola proizvoda na svetu. U Srbiji poslujemo kroz integrisani sistem proizvodnje, distribucije i prodaje bezalkoholnih napitaka, vode, energetskih i funkcionalnih pića, kao i toplih napitaka, uz distribuciju premijum alkoholnih pića. Kompanija Bambi, vodeći proizvođač konditorskih proizvoda u regionu Zapadnog Balkana, postala je deo Coca-Cola HBC Grupe 2019. godine, čime su značajno prošireni portfolio proizvoda i tržišno prisustvo.

Poslovanje kompanije obuhvata razvoj, proizvodnju, pakovanje, distribuciju i prodaju proizvoda namenjenih krajnjim potrošačima, kao i saradnju sa širokom mrežom dobavljača sirovina, ambalaže, logističkih partnera, maloprodajnih i ugostiteljskih objekata. Kroz više od 50 brendova, odgovaramo na različite



potrebe potrošača tokom svih prilika za konzumaciju. Proizvodi kompanije Bambi takođe ostvaruju značajno prisustvo na tržištima regiona, Evropske unije i drugih međunarodnih tržišta.

Našu proizvodnju u Srbiji čine tri punionice u Zemunu, Vlasini i Neresnici, kao i fabrika konditorskih proizvoda kompanije Bambi u Požarevcu. Poslovanje podržavaju 24 proizvodne linije i mreža od 14 distributivnih centara koji omogućavaju efikasnu isporuku proizvoda širom zemlje i ka izvoznim tržištima.

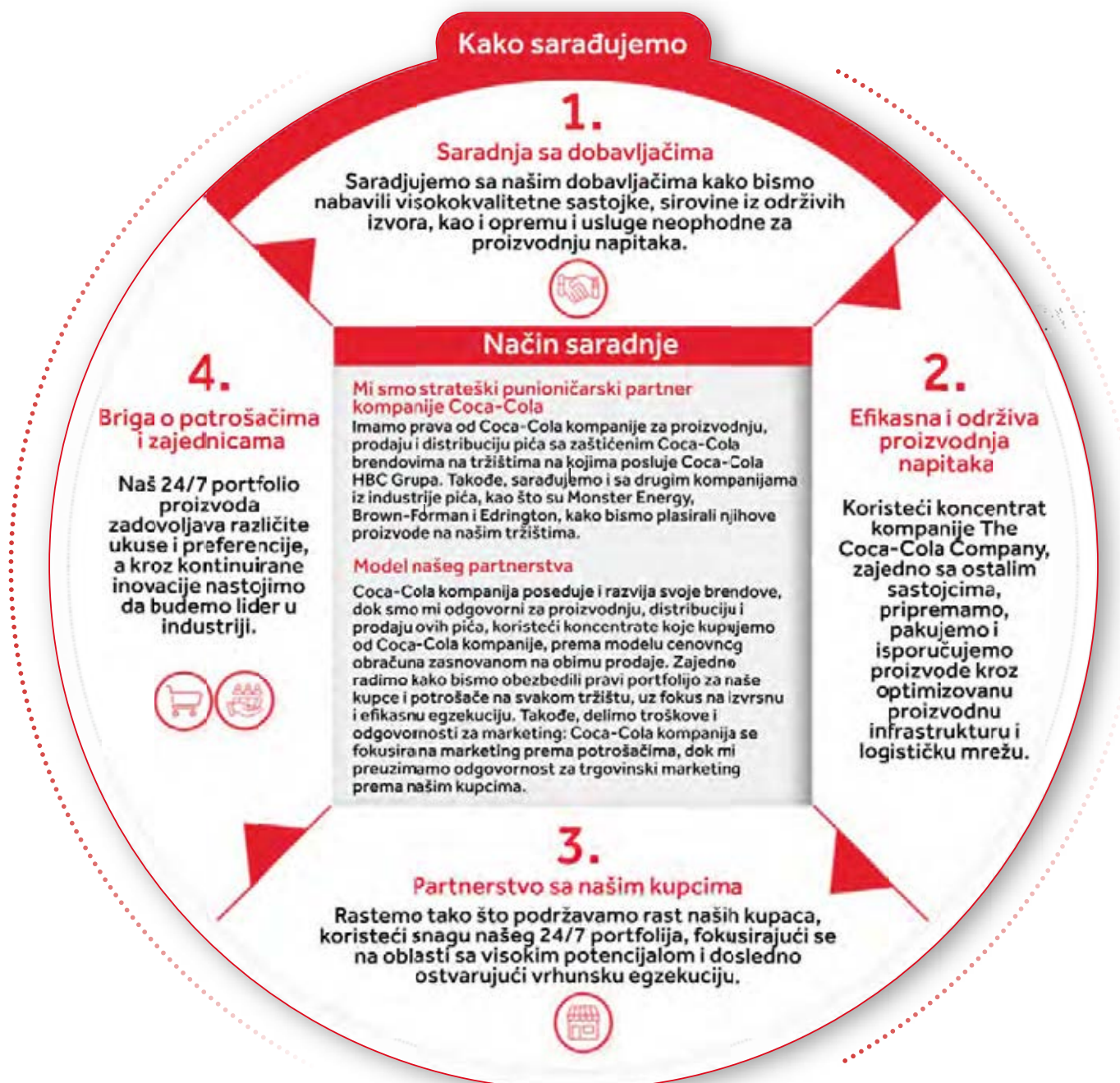
Na kraju 2025. godine, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi zajedno su zapošljavale 1.890 ljudi, čime su činile jednog od najvećih proizvođača hrane i pića u Srbiji.

Coca-Cola HBC Grupa

Coca-Cola HBC Grupa je jedna od najvećih punionica Coca-Cola proizvoda na svetu i strateški partner Coca-Cola kompanije. Osnovana davne 1951. godine u Nigeriji, danas Coca-Cola HBC Grupa posluje na 29 tržišta, prostirući se od Jermenije do Austrije, od Egipta do Estonije i od Srbije do Švajcarske, sa jedinstvenim geografskim prisustvom širom Zapadne, Centralne i Istočne Evrope i Afrike. Coca-Cola HBC zapošljava 33.497 ljudi i svojim proizvodima osvežava čak 760 miliona potrošača. U oktobru 2025. godine Coca-Cola HBC Grupa najavila je akviziciju 75% udela u Coca-Cola Beverages Africa (CCBA), uz jasan put ka punom vlasništvu. Ovom akvizicijom će značajno biti prošireno prisustvo na brzorastućim tržištima, i dodatno ojačano partnerstvo sa Coca-Cola kompanijom.



ODNOS COCA-COLA HBC KOMPANIJE SA KOMPANIJOM COCA-COLA



Vlasnička struktura

Coca-Cola HBC Srbija d.o.o je 100% vlasnik privrednog društva Koncern Bambi a.d. Požarevac, sa sedištem Đure Đakovića bb, Požarevac, Republika Srbija.

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

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



Finansijski pokazatelji



Coca Cola HBC 2025.

1. Direktna generisana ekonomska vrednost	56.712.731
Prihodi UKUPNO	56.712.731
Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi	
2. Distribuirana ekonomska vrednost	53.509.662
Operativni troškovi UKUPNO:	39.397.595
Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO:	4.420.881
Rashodi u vezi sa obezbeđivanjem kapitala UKUPNO:	4.029.812
Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO:	5.643.688
Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO:	17.685
3. Zadržana ekonomska vrednost (investicije, akcije, itd. 1. – 2.)	3.203.069

*Navedeni podaci dati su u hiljadama RSD



Bambi 2025.

1. Direktna generisana ekonomska vrednost	17.313.052
Prihodi UKUPNO	17.313.052
Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi	
2. Distribuirana ekonomska vrednost	13.639.238
Operativni troškovi UKUPNO:	9.988.209
Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO:	2.887.443
Rashodi u vezi sa obezbeđivanjem kapitala UKUPNO:	57.440
Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO:	700.226
Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO:	5.920
3. Zadržana ekonomska vrednost (investicije, akcije, itd. 1. – 2.)	3.673.814

*Navedeni podaci dati su u hiljadama RSD



Naši stubovi rasta



1.

KORISTIMO SNAGU NAŠEG JEDINSTVENOG PORTFOLIA

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



2.

POBEĐUJEMO NA TRŽIŠTU

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



3.

PODSTIČEMO RAST KROZ KONKURENTNOST I INVESTICIJE

Investiramo u rast uz dosledan fokus na troškove i efikasnost. Nastavljamo da ulažemo kako bismo podržali svoje mogućnosti za dalji rast, uključujući investicije u proširenje proizvodnih kapaciteta, automatizaciju u lancu snabdevanja, digitalna rešenja, upravljanje podacima i primenu veštačke inteligencije, kao i energetske efikasne rashladne uređaje. Istovremeno, imamo snažno iskustvo u unapređenju troškovne efikasnosti, koja i dalje predstavlja jedan od važnih stubova naše poslovne strategije.



4.

NEGUJEMO POTENCIJAL NAŠIH LJUDI

Naša posvećenost razvoju najboljih timova koji će realizovati strategiju rasta u skladu sa našim vrednostima i modelom liderstva ostaje naše osnovno usmerenje. Strategija za ljude i organizacionu kulturu usmerena je na održivo privlačenje, zapošljavanje, razvoj i zadržavanje talenata koji doprinose visokim poslovnim rezultatima. Kontinuirano unapređujemo ključne kompetencije zaposlenih i gradimo organizacionu kulturu spremnu za buduće izazove, u kojoj su razvoj veština, agilnost i brzina prilagođavanja od suštinskog značaja za dugoročan uspeh kompanije.



5.

ZAVREĐUJEMO POVERENJE ZA JEDNICU U KOJIMA POSLUJEMO

Održivost ostaje u samom središtu naše poslovne strategije. Ona predstavlja važan pokretač rasta, istovremeno stvarajući vrednost za zajednice u kojima poslujemo, naše partnere i životnu sredinu. Kroz integrisanje principa održivosti u svakodnevno poslovanje nastojimo da ostvarimo dugoročne pozitivne uticaje i doprinesemo održivom razvoju društva u celini.

2.

STRATEGIJA ODRŽIVOSTI

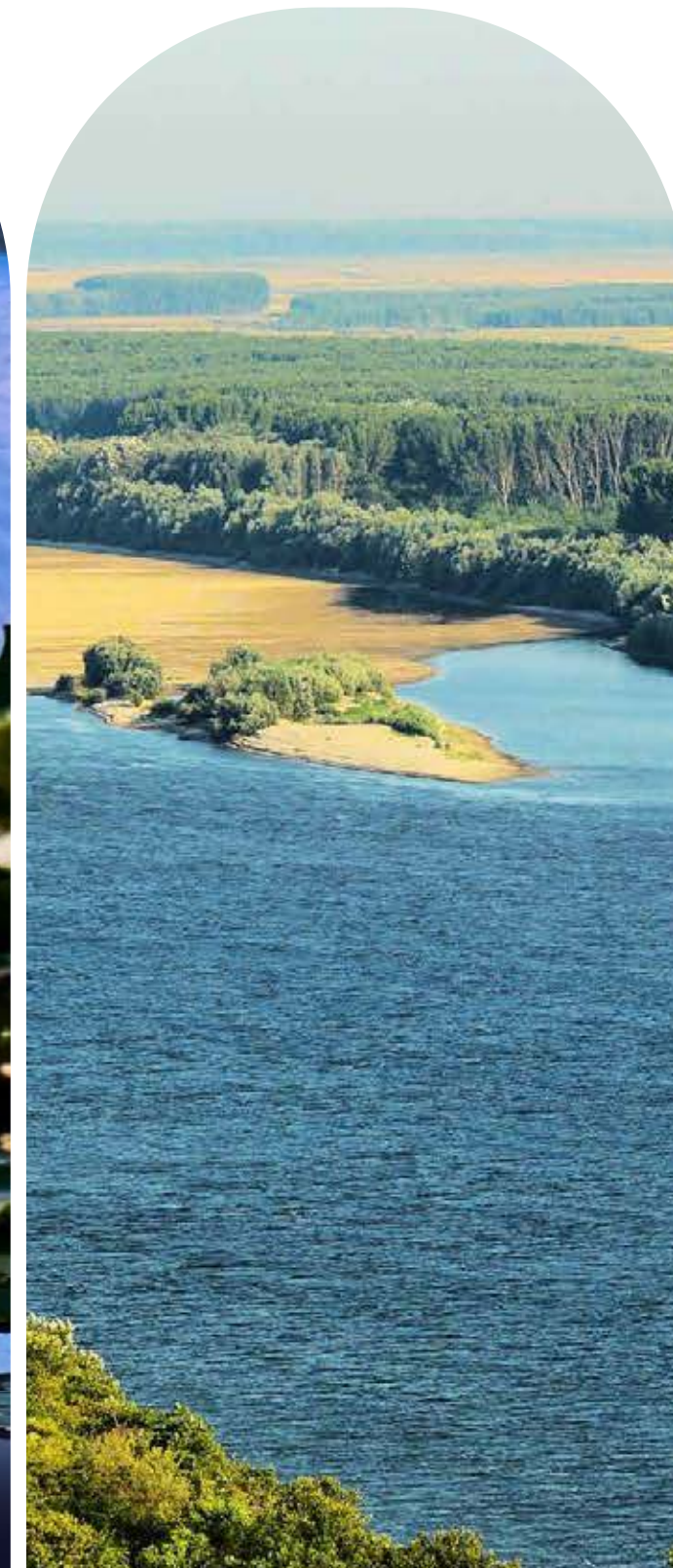
Održivost je utkana u sve aspekte poslovanja Coca-Cola HBC Grupe čiji smo deo. Tokom 2025. godine, Coca-Cola HBC je nastavila da ostvaruje vodeće rezultate u oblasti održivosti, što je potvrđeno visokim ocenama i priznanjima relevantnih međunarodnih agencija za ESG i održivost, uključujući CDP za klimatske promene i upravljanje vodama, ISS ESG, MSCI ESG, Morningstar Sustainalytics i EcoVadis.

Posebno značajno priznanje kompanija je ostvarila kroz ocenu u okviru Corporate Sustainability Assessment (CSA), koju sprovodi S&P Global, vlasnik Dow Jones indeksa. Ostvaren rezultat još jednom je svrstao Coca-Cola HBC među lidere u globalnoj industriji pića.

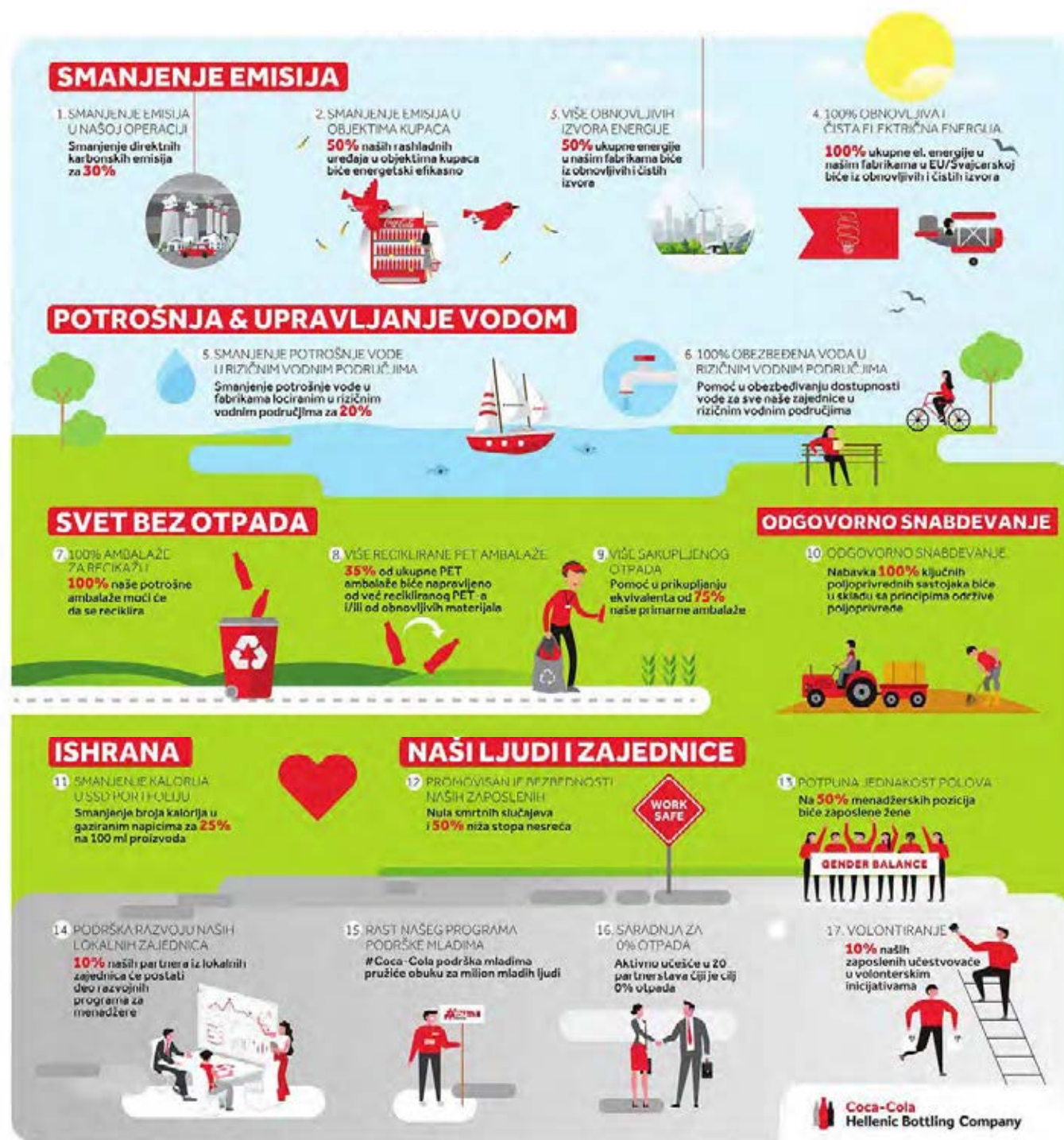
Ovo je deveti put da je kompanija zauzela prvo mesto u svojoj industriji, uz kontinuitet od 15 uzastopnih godina tokom kojih se nalazi među tri najbolje rangirane kompanije prema ovoj proceni održivosti.



*Fotografija biodiverziteta ustupljena ljubaznošću Raeda Krishana.



MISIJA 2025



Pokrenuta 2018. godine, Misija 2025 predstavlja skup ambicioznih ciljeva i obaveza u oblasti održivosti, definisanih na osnovu analize materijalnih tema i očekivanja ključnih zainteresovanih strana, uz usklađenost sa ciljevima i potciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija (SDGs).

Misija 2025 obuhvata šest prioriternih oblasti koje pokrivaju celokupan lanac vrednosti kompanije, od nabavke sirovina i proizvodnje do distribucije, potrošnje i upravljanja ambalažom. Poseban fokus stavljen je na smanjenje emisija gasova sa efektom staklene bašte i druge ključne izazove održivog poslovanja, kroz jasno definisane ciljeve i merljive pokazatelje napretka.

Rezultati objavljeni po završetku Misije 2025 pokazali su da je Coca-Cola HBC Grupa ostvarila značajan napredak u većini prioriternih oblasti, uz veliki broj ciljeva ispunjenih pre planiranog roka i rezultate koji su nadmašili prvobitno postavljene obaveze.

Rezultati ostvareni u okviru Misije 2025 se nalaze na sledećoj stranici.

OBLASTI ODRŽIVOSTI I MATERIJALNE TEME	UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA		TARGET 2025.	STATUS 2025.		
KLIMA I OBNOVLJIVA ENERGIJA - Mitigacija klimatskih promena - Energija			30%	Smanjenje karbonskih emisija u našim operacijama	44%	
			50%	energetski efikasni rashladni uređaji u objektima naših kupaca	66%	
			50%	ukupna energija iz obnovljivih i čistih izvora	54%	
			100%	električna energija u našim fabrikama u EU i Švajcarskoj iz obnovljivih i čistih izvora	100%	
SMANJENJE UPOTREBE VODE I UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA - Potrošnja vode - Crpljenje vode - Zagađenje vode - Voda i sanitarni uslovi			20%	Smanjenje potrošnje vode u fabrikama lociranim u rizičnim vodnim područjima	8% *uticaj operacija u Rusiji	
						
			100%	obezbeđena dostupnost vode u svim našim zajednicama u rizičnim vodnim područjima	100%	
AMBALAŽA I UPRAVLJANJE OTPADOM - Priliv resursa, uključujući upotrebu resursa - Odliv resursa povezan sa proizvodima i uslugama - Zagađenje tla			75%	Pomoć u prikupljanju ekvivalenta naše primarne ambalaže	78%	
			35%	udeo PET ambalaže napravljen od recikliranog PET-a i/ili od PET-a od obnovljivih materijala	35%	
			100%	potrošna ambalaža koja može da se reciklira	100%	
NABAVKA SASTOJAKA - Mitigacija klimatskih promena - Zemljište – ekosistem i prenamena - Sigurno zaposlenje - Aдекватne zarade - Obuke i razvoj veština						
			100%	ključni poljoprivredni sastojci nabavljeni u skladu sa principima održive poljoprivrede	95%	
ISHRANA - Zdravlje i bezbednost potrošača - Prakse odgovornog marketinga			25%	Smanjenje broja kalorija u gaziranim napicima na 100ml proizvoda	19%	
NAŠI LJUDI I ZAJEDNICE - Zdravlje i bezbednost - Sigurno zaposlenje - Obuka i razvoj veština - Različitost - Rodna ravnopravnost i jednaka zarada za rad jednake vrednosti - Osnaživanje mladih			10%	učesnici iz zajednice u razvojnim programima za menadžere	11% *ukupan broj 2017-2025	
			1.000.000	Broj mladih obučениh kroz program osnaživanja	1.283.244 *uz podršku Coca-Cola HBC Fondacije	
			20	Broj učešća u partnerstavima čiji je cilj 0% otpada	20	
			10%	Učešće zaposlenih u volonterskim inicijativama	13%	
			0	povrede sa fatalnim ishodom u našoj radnoj snazi	1 *jedan fatalan ishod u saobraćajnoj nezgodi	
			50%	Smanjenje stope povreda na 100 zaposlenih	23% *Glavni uzroci povreda: padovi, proklizavanja i spoticanja, saobraćajne nezgode, kao i kontakt sa mašinama i radnim alatima.	
			50%	žene na menadžerskim pozicijama	43,4%	

NetZeroBy40 – ambiciozni cilj dekarbonizacije duž celog lanca vrednosti

Smanjenje emisija gasova sa efektom staklene bašte ostaje jedan od naših ključnih prioriteta. Nastavljamo da radimo duž celog lanca vrednosti kako bismo smanjili emisije, **sa posebnim fokusom na ambalažu, rashladne uređaje i sirovine**, odnosno oblasti u kojima možemo ostvariti najveći doprinos dekarbonizaciji. Coca-Cola HBC Grupa je među prvim kompanijama koje su usvojile naučno zasnovane ciljeve smanjenja emisija kroz inicijativu **Science Based Targets initiative (SBTi)**. U skladu sa tim opredeljenjem, naš cilj je **da do 2040. godine ostvarimo neto nulte emisije CO₂ duž celog lanca vrednosti**.

Put ka ostvarenju ovog cilja definisan je **klimatskim tranzicionim planom**, koji obuhvata aktivnosti usmerene na smanjenje emisija u sopstvenom poslovanju, ali i u saradnji sa dobavljačima i partnerima u lancu vrednosti. Više informacija o planu dostupno je na globalnom veb-sajtu kompanije:

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



NETZERO BY 40



Naše unapređene obaveze u oblasti održivosti i dalje su usmerene na teme koje su od najvećeg značaja za naše poslovanje i ključne zainteresovane strane: klimatske promene, vodne resurse, biodiverzitet i zajednice u kojima poslujemo. Istovremeno, nastavljamo da posebnu pažnju posvećujemo ambalaži, održivoj poljoprivredi i ishrani, kao oblastima u kojima možemo ostvariti značajan pozitivan uticaj duž celokupnog lanca vrednosti.

Identifikovali smo četiri ključne obaveze koje će usmeravati naše aktivnosti u godinama koje dolaze. Ove obaveze su definisane kroz jasne vremenske okvire, postavljene su ambiciozno i dugoročno, i omogućavaju nam da fokusiramo svoje napore na oblasti u kojima možemo ostvariti najveći pozitivan uticaj za životnu sredinu, društvo i naše poslovanje. One predstavljaju okosnicu naše strategije održivosti i potvrđuju našu posvećenost stvaranju dugoročne vrednosti za sve zainteresovane strane.





1.

Postizanje neto nulte emisije gasova sa efektom staklene bašte do 2040. godine

Kompanija ostaje dosledna ambiciji postavljenoj 2021. godine da do 2040. dostigne neto nultu emisiju gasova sa efektom staklene bašte duž celokupnog lanca vrednosti. Ovaj cilj obuhvata sve segmente poslovanja – od proizvodnih pogona i logistike, preko ambalaže i rashladnih uređaja, do sirovina i sastojaka koji se koriste u proizvodnji. Kao međukorak na tom putu, definisan je cilj smanjenja apsolutnih emisija u lancu vrednosti za 30% do 2030. godine. Pored kontinuiranog smanjenja direktnih emisija (Opseg 1 i Opseg 2), kompanija intenzivno sarađuje sa dobavljačima i drugim partnerima kako bi smanjila i indirektnu emisiju (Opseg 3), koje predstavljaju najveći deo ukupnog ugljeničnog otiska.



2.

Ostvarivanje neto pozitivnog uticaja na biodiverzitet do 2040. godine

Ova obaveza, uvedena 2022. godine, usmerena je na ostvarivanje neto pozitivnog uticaja na biodiverzitet u prioritetnim područjima do 2040. godine. Cilj podrazumeva sprovođenje aktivnosti koje doprinose zaštiti, obnovi i unapređenju prirodnih ekosistema, uz istovremeno eliminisanje rizika od krčenja šuma u lancu snabdevanja. Kroz saradnju sa dobavljačima i primenu održivih praksi nabavke, kompanija nastoji da očuva prirodne resurse i doprinese dugoročnoj zaštiti biodiverziteta.



3.

Nadoknaditi svaku kap vode koju koristimo do 2035. godine

Voda je ključni resurs za proizvodnju pića i funkcionisanje proizvodnih procesa. U skladu sa ciljem kompanije Coca-Cola, Coca-Cola HBC nastoji da odgovorno upravlja vodnim resursima i do 2035. godine nadoknadi celokupnu količinu vode koja se koristi u proizvodnji napitaka. Poseban fokus stavljen je na područja sa povećanim rizikom od nestašice vode, gde kompanija razvija projekte očuvanja, obnove i unapređenja vodnih resursa u saradnji sa lokalnim zajednicama i relevantnim partnerima.



4.

Biti poželjan i odgovoran partner lokalnim zajednicama

Ova obaveza usmerena je na stvaranje zajedničke vrednosti za kompaniju i zajednice u kojima posluje. Kroz podršku zapošljavanju, razvoju veština, saradnju sa lokalnim partnerima i ulaganja u projekte od društvenog značaja, kompanija nastoji da doprinese ekonomskom i društvenom razvoju lokalnih sredina. Istovremeno, posebna pažnja posvećena je unapređenju bezbednosti i dobrobiti ljudi, kao i zaštiti lokalne životne sredine, sa ciljem da kompanija bude prepoznata kao pouzdan i odgovoran sused i partner zajednice.

Dok naše obaveze određuju strateški pravac delovanja, napredak se prati kroz skup jasno definisanih i merljivih ciljeva u okviru sedam stubova strategije održivosti: klima, ambalaža, voda, poljoprivreda, ishrana, biodiverzitet i ljudi i zajednice. Polazne osnove za merenje rezultata zasnovane su na pouzdanim podacima i međunarodno priznatim metodologijama, čime se obezbeđuje dosledno i uporedivo praćenje napretka tokom vremena.

Uspešno smo ostvarili ciljeve održivosti postavljene do 2020. godine i ostvarili značajan napredak u realizaciji programa Misija 2025. Istovremeno, već pet uzastopnih godina dosledno pratimo putanju definisanu planom NetZeroBy40, potvrđujući svoju dugoročnu posvećenost dekarbonizaciji poslovanja i smanjenju uticaja na klimatske promene. Kroz transparentno izveštavanje, jasno postavljene ciljeve i doslednu realizaciju planiranih aktivnosti nastavice da demonstriramo odgovornost, lidersku poziciju i posvećenost održivom poslovanju.

”

Kao deo Coca-Cola HBC Grupe, Bambi je uspostavio sopstvenu Misiju održivosti sa ciljevima do 2030. godine, koja prati zajedničku viziju održivog razvoja, ali istovremeno odgovara na specifične izazove i prilike karakteristične za Bambi.

“

MISIJA ODRŽIVOSTI – 2030.

ODGOVORNO SNABDEVANJE

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

SVET BEZ OTPADA

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

SMANJENJE UPOTREBE VODE

- Smanjenje ukupne potrošnje vode za 12,5%

ISHRANA

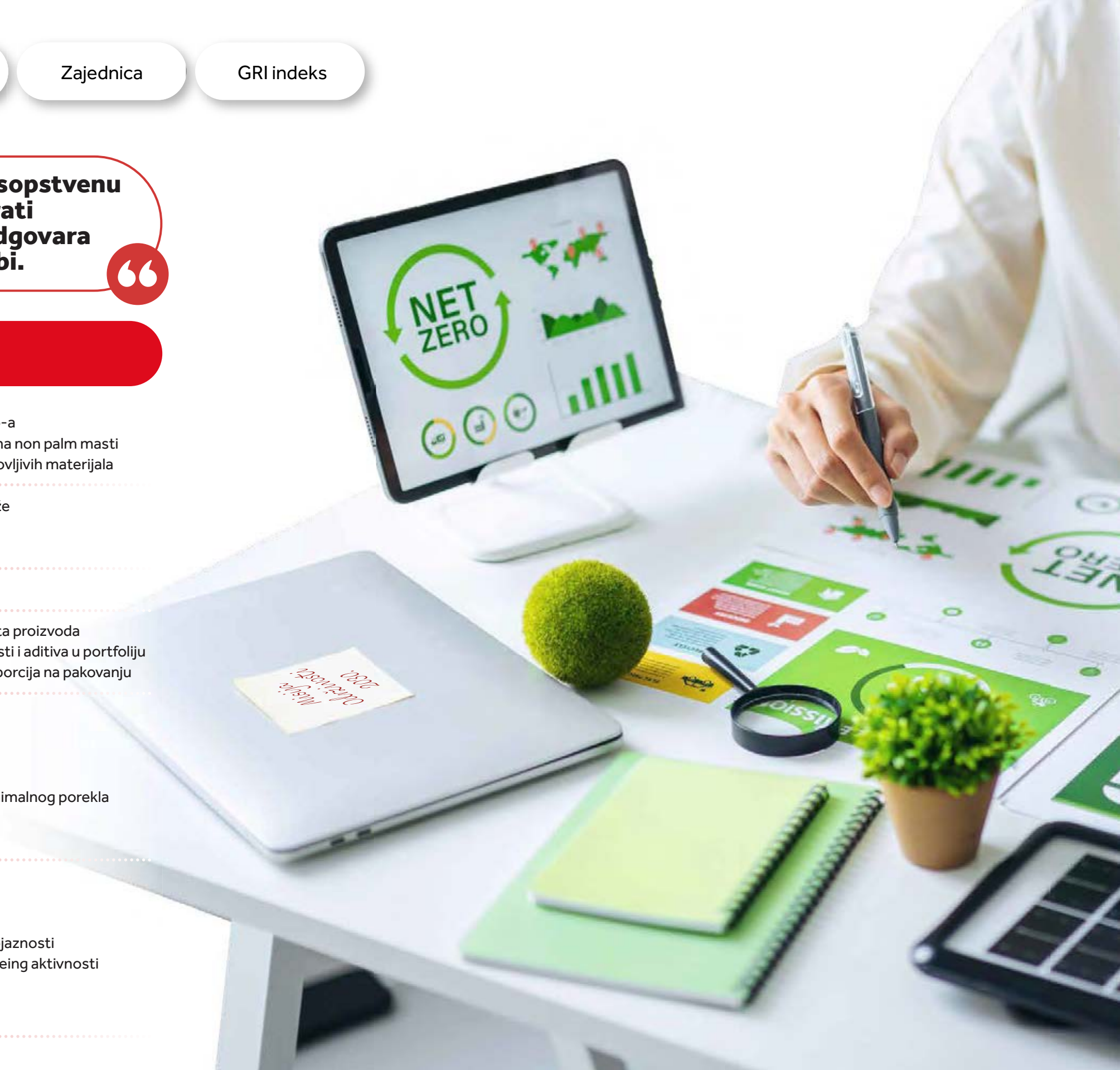
- Održavanje visokog nivoa kvaliteta i integriteta proizvoda
- Smanjenje sadržaja šećera, soli, zasićenih masti i aditiva u portfolio
- Komunikacija preporučenih dnevnih unosa – porcija na pakovanju

SMANJENJE EMISIJE CO2

- 100% električne energije iz obnovljivih izvora
- Postavljanje solarnih panela
- Vozni park – TNG i HIBRIDNA vozila
- Pošumljavanje – Bambi šume
- Pojačana saradnja sa dobavljačima sirovina animalnog porekla
- Povećanje energetske efikasnosti
- Zamena klima (ODP = 0 i što niži GWP)

NAŠI LJUDI I ZAJEDNICA

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





Kompanija Bambi postavila je i cilj da do 2050. godine dostigne neto nulte emisije CO2:



MAPA PUTA KA NETO NULA EMISIJI CO2

- 100% električne energije iz obnovljivih izvora
- Pošumljavanje – Bambi šume
- Vozni park – TNG i HIBRIDNA vozila
- Zero waste otpada na deponiji
- Povećanje energetske efikasnosti
- Smanjenje sadržaja šećera, soli, zasićenih masti i aditiva / adaptacija portfolija
- >90% naših pakovanja moći će da se reciklira
- Nabavka 100% sertifikovanog održivog kakao-a
- Zamena klima (ODP = 0 i što niži GWP)
- Nabavka 100% RSPO palminog ulja/prelazak na non-palm masti
- Optimizacija pakovanja od fleksibilne ambalaže
- Postavljanje solarnih panela
- >90% ukupne ambalaže biće od recikliranih i/ili obnovljivih materijala
- Pojačana saradnja sa dobavljačima ključnih sirovina animalnog porekla sa ciljem smanjenja emisija

2020.

- Uravnotežićemo sve preostale emisije kroz primenu prirodnih klimatskih rešenja koja koriste ljudima i planeti

2040.

Neutralizacija emisija CO2

2017.

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

2030.

Kompenzacija emisija CO2

- Pošumljavanje – Bambi šume
- Nabavka sirovina dobijenih primenom regenerativnih poljoprivrednih metoda kod kojih je primenljivo
- Sertifikovani klimatski projekti

2050.

Ispunjenje našeg obećanja budućim generacijama – Neto nula emisija CO2



PROCENA MATERIJALNOSTI I UKLJUČIVANJE ZAINTERESOVANIH STRANA

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

Formalnu analizu materijalnosti kompanija sprovodi jednom godišnje. U 2025. godini po drugi put je sprovedena analiza dvostruke materijalnosti, prema zahtevima **Evropskog standarda za izveštavanje o održivosti (ESRS)**. Izveštaj o održivosti Coca-Cola HBC Grupe, kao i naš lokalni izveštaj, sačinjeni su u skladu sa temama koje su identifikovane kroz ovaj proces.

Uticaji koje procenjujemo su i pozitivni i negativni, kratkoročni i dugoročni, stvarni i potencijalni, reverzibilni i nereverzibilni, i sve to iz perspektive različitih grupa zainteresovanih strana. Takođe, procenjuju se stepen, obuhvat, mogućnost sanacije i verovatnoća svakog uticaja. Analiza dvostruke materijalnosti podrazumeva razmatranje svakog uticaja, rizika i prilike iz dve

perspektive: materijalnosti uticaja i finansijske materijalnosti. Nakon intervjua sprovedenih tokom 2024. godine sa 26 eksternih stručnjaka i predstavnika grupa na koje poslovanje kompanije može imati uticaj, tokom 2025. godine realizovan je dodatni proces konsultacija sa eksternim zainteresovanim stranama putem anketa, sa ciljem potvrđivanja rezultata analize uticaja i procene materijalnih tema.

Ankete su dostavljene grupi od 40 zainteresovanih strana, uključujući nacionalne i lokalne organizacije civilnog društva, privredna udruženja, kupce, dobavljače, investitore, predstavnike lokalnih zajednica, agencije za **ESG** ocenjivanje i interne stručnjake zadužene za pitanja održivosti. Fokus procesa bio je na potvrđivanju identifikovanih stvarnih i potencijalnih uticaja poslovanja – kako pozitivnih, tako i negativnih – na životnu sredinu i ljude. Rezultati ankete potvrdili su relevantnost prethodno identifikovanih materijalnih uticaja i pružili dodatnu osnovu za definisanje sadržaja izveštavanja.

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

ESRS

82%



94%



ZAINTERESOVANE STRANE - MATERIJALNI UTICAJI, RIZICI I PRILIKE, TEME OD INTERESA



ZAPOSLENI

- Raznolikost, jednake mogućnosti i rodna ravnopravnost
- Obuke i razvoj zaposlenih
- Zdravlje i bezbednost na radu
- Povrede na radu, profesionalna oboljenja i smrtni slučajevi
- Zapošljavanje
- Socijalna zaštita zaposlenih
- Zarada za dostojanstven život



ZAJEDNICA

- Klimatske promene
- Upravljanje ugljeničnim otiskom
- Korišćenje vodnih resursa
- Obnova i nadoknada vodnih resursa
- Održiva ambalaža
- Pristup vodi za lokalne zajednice
- #YouthEmpowered – obrazovanje i osnaživanje mladih



POTROŠAČI

- Održiva ambalaža
- Zdravlje i bezbednost potrošača
- Odgovoran marketing



KUPCI

- Klimatske promene
- Upravljanje ugljeničnim otiskom
- Održiva ambalaža
- #YouthEmpowered – obrazovanje i osnaživanje mladih



DOBAVLJAČI

- Klimatske promene
- Upravljanje ugljeničnim otiskom
- Zagađenje zemljišta
- Korišćenje vodnih resursa
- Korišćenje zemljišta i kopnenih ekosistema
- Održiva ambalaža i sirovine
- Zapošljavanje u lancu vrednosti
- Zarada za dostojanstven život kod dobavljača
- Zdravlje i bezbednost zaposlenih kod dobavljača
- Socijalna zaštita zaposlenih kod dobavljača



ORGANIZACIJE CIVILNOG DRUŠTVA

- Klimatske promene
- Upravljanje ugljeničnim otiskom
- Korišćenje vodnih resursa
- Obnova i nadoknada vodnih resursa
- Korišćenje zemljišta i kopnenih ekosistema
- Održiva ambalaža
- Pristup vodi za lokalne zajednice
- #YouthEmpowered – obrazovanje i osnaživanje mladih



AKCIONARI

- Klimatske promene
- Upravljanje ugljeničnim otiskom
- Održiva ambalaža
- Zdravlje i bezbednost potrošača



DRŽAVNE INSTITUCIJE

- Klimatske promene
- Upravljanje ugljeničnim otiskom
- Korišćenje vodnih resursa
- Obnova i nadoknada vodnih resursa
- Održiva ambalaža
- Pristup vodi za lokalne zajednice
- Zdravlje i bezbednost potrošača



COCA-COLA KOMPANIJA

- Održiva ambalaža i sirovine
- Pristup vodi za lokalne zajednice
- #YouthEmpowered – obrazovanje i osnaživanje mladih
- Zdravlje i bezbednost potrošača
- Odgovoran marketing i komunikacija sa potrošačima



Na lokalnom nivou kontinuirano sarađujemo sa zainteresovanim stranama kako bismo bolje razumeli njihova očekivanja, identifikovali ključne teme i unapredili naš pristup održivom poslovanju. Dijalog ostvarujemo kroz različite formate, uključujući sastanke, okrugle stolove, učešće u poslovnim i stručnim udruženjima, konsultacije i druge oblike razmene mišljenja sa predstavnicima institucija, akademske zajednice, civilnog društva, poslovnog sektora i lokalnih zajednica. Ovakav pristup omogućava nam da pravovremeno prepoznamo prilike i izazove, gradimo partnerske odnose i razvijamo inicijative koje odgovaraju potrebama zajednice i drugih zainteresovanih strana. Dodatnu podršku u sagledavanju ključnih trendova, izazova i očekivanja pruža nam ESG Savetodavni odbor, koji okuplja stručnjake iz različitih oblasti: lokalne uprave, nevladinog sektora, poslovnih udruženja, obrazovnih institucija i medija. Svrha Odbora je da kroz nezavisnu stručnu perspektivu doprinese unapređenju naše strategije održivosti, jačanju dijaloga sa zainteresovanim stranama i identifikaciji oblasti u kojima možemo ostvariti najveći pozitivan uticaj.

Aktivno učešće u stručnim i poslovnim inicijativama

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi aktivno učestvuju u radu poslovnih i stručnih udruženja koja doprinose razvoju održivog poslovanja, odgovornog upravljanja i pozitivnog društvenog uticaja. Kroz članstvo i angažman u organizacijama kao što su Forum za odgovorno poslovanje, Globalni dogovor UN u Srbiji, NALED, Američka privredna komora u Srbiji, Privredna komora Srbije, Srpski filantropski forum, Savet stranih investitora i Udruženje industrije mineralnih voda, doprinosimo razmeni znanja, razvoju zajedničkih inicijativa i unapređenju poslovnih praksi u oblastima održivosti.

Kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi osnivači su operatera ambalažnog otpada SEKOPAK, preko kojeg doprinosimo razvoju sistema proširene odgovornosti proizvođača, kao i unapređenju održivog upravljanja ambalažom i ambalažnim otpadom u Srbiji.

3.

UPRAVLJANJE



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



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

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

Odgovornosti u vezi sa održivim poslovanjem i društvenom odgovornošću u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija podeljene su između Sektora za kvalitet, bezbednost i zdravlje na radu i zaštitu životne sredine (QSE), i Sektora korporativnih poslova i održivosti. U kompaniji Bambi ova oblast je u nadležnosti Sektora korporativnih poslova i održivosti i Sektora operacija. Uz to, svi sektori u kompanijama imaju ciljeve vezane za održivost u svojim oblastima, i odgovornost za njihovo dostizanje.



Upravljanje rizicima

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

Sektor finansija je zadužen da vodi evidenciju rizika, dok je poseban tim za rezilijentnost poslovanja i bezbednost u okviru Pravnog sektora zadužen za identifikovanje, procenu i upravljanje rizicima. Rezilijentno poslovanje definišemo kao proaktivno upravljanje rizicima i prilikama koje proizilaze iz promena i neizvesnosti u cilju održivog razvoja našeg poslovanja na duži rok. Tako se tim za rezilijentnost poslovanja i bezbednost fokusira na to da organizacija može da održava kritične operacije i zaštiti ljude, imovinu i reputaciju kako tokom redovnog rada, tako i tokom vanrednih situacija koje mogu biti prouzrokovane različitim rizicima i pretnjama, a sve u cilju osiguravanja kontinuiteta poslovanja. Uprkos najvišim standardima, potencijalni incidenti su sastavni deo poslovanja svake kompanije. Uz to, našu osetljivost za incidente povećava i činjenica da imamo veliki udeo na tržištu, odnosno, da su naši proizvodi prisutni u svim domovima. Naš program upravljanja incidentima i rešavanja kriznih situacija, takođe poznat kao IMCR, vrlo je važan u ovom kontekstu, jer nam obezbeđuje okvir i procese za brzo rešavanje incidenata, pre nego prerastu u krizu.

U 2025. godini nacionalni IMCR Core Team čine: direktor pravne službe, koji je i nacionalni IMCR koordinator, zatim menadžer bezbednosti i rizika, direktor održivog razvoja operacija, direktor za korporativne poslove i održivost, kao i direktor za odnose sa javnošću, komunikacije i održivo poslovanje u Coca-Cola kompaniji u Srbiji.





Kodeks poslovnog ponašanja

Kodeks poslovnog ponašanja

Kodeks poslovnog ponašanja predstavlja osnovni dokument kojim Coca-Cola HBC Srbija i Bambi definišu standarde etičkog i odgovornog poslovanja i očekivano ponašanje svih zaposlenih, rukovodilaca i članova organa upravljanja. Kodeks je zasnovan na vrednostima integriteta, odgovornosti, poštovanja i transparentnosti i primenjuje se na sve zaposlene, bez obzira na funkciju ili lokaciju, dok se njegovi ključni principi promovišu i u odnosima sa dobavljačima, distributerima i drugim poslovnim partnerima.

Kodeks obuhvata širok spektar tema, uključujući poštovanje ljudskih prava, jednakost, raznolikost i inkluziju, zaštitu zdravlja i bezbednosti na radu, očuvanje životne sredine, zaštitu privatnosti i ličnih podataka, sprečavanje korupcije i podmićivanja, poštovanje pravila tržišne konkurencije, upravljanje sukobima interesa, zaštitu poverljivih informacija i odgovorno korišćenje imovine kompanije. Poseban naglasak stavljen je na pošteno postupanje prema kupcima, dobavljačima i drugim poslovnim partnerima, kao i na obavezu usklađenosti sa svim relevantnim zakonima i internim politikama kompanije.

Kako bi se osiguralo dosledno razumevanje i primena principa Kodeksa, svi zaposleni prolaze redovne obuke, a poštovanje njegovih odredbi predstavlja sastavni deo njihovih profesionalnih obaveza. Svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Kodeks i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama prilikom potpisivanja ugovora o radu.

Sumnje u vezi sa kršenjem Kodeksa zaposleni mogu da podnesu putem Reci! linije, koju održava nezavisna agencija, omogućavajući zaposlenima da izraze sumnju na poverljiv način. Pored toga, svoju sumnju mogu izraziti i neposrednom rukovodiocu ili licu zaduženom za usklađenost sa Kodeksom. O licima zaduženim za usklađenost sa Kodeksom svi zaposleni su obavešteni samim Kodeksom, i internim kanalima komunikacije. Relevantna nadležna lica za usaglašenost sa Kodeksom, uz pomoć Službe Ljudi i kultura i u saradnji sa Službom interne kontrole i Pravnom službom na nivou Grupe, organizuju treninge za zaposlene, partnere i saradnike, kako bi ih informisali o Kodeksu, pomogli im da ga razumeju i primene u situacijama i okolnostima koje su njima važne, uključujući i potencijalne situacije kršenja Kodeksa.

Služba interne kontrole periodično podnosi izveštaje višem rukovodstvu Kompanije o istragama koje vodi, istragama koje se očekuju i konačnim odlukama u skladu sa Kodeksom, uključujući preduzete disciplinske mere.

Osim zaposlenima, Kodeks poslovnog ponašanja je i javno dostupan na našim veb-stranicama:

<https://rs.coca-colahellenic.com/content/dam/cch/rs/politike/>

<https://bambi.rs/wp-content/>

Antikorupcija i sprečavanje sukoba interesa

Analiza rizika od korupcije sprovodi se u svim sektorima kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Svi zaposleni koji u svom poslovanju sarađuju sa državnim organima, ili poseduju diskreciono pravo pregovaranja o uslovima pod kojima se zaključuje komercijalni sporazum sa poslovnim partnerima, izloženi su potencijalnom riziku od korupcije. Nabavka je identifikovana kao posebno rizična oblast, te su osnovni principi antikorupcijske politike sadržani u obaveznom prilogu Vodeći principi za dobavljače, sa kojim su upoznati svi dobavljači robe i usluga, i koji su obavezni prilog i sastavni deo ugovora o nabavci robe i usluga.

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



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

Isto kao i u slučaju Kodeksa poslovnog ponašanja, svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Pravilnik i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija svi zaposleni prolaze treninge o primeni Kodeksa poslovnog ponašanja i Pravilnika o sprečavanju korupcije u roku od 60 dana od dana stupanja na rad. Navedeni treninzi se obnavljaju na svake tri godine. Dodatno, zaposleni koji se nalaze na pozicijama koje su povećano izložene riziku od potencijalno koruptivnog ponašanja prolaze i specijalizovane treninge jednom godišnje. U kompaniji Bambi, obuku su tokom 2025. godine prošli svi zaposleni, uključujući i svih 9 članova najvišeg upravljačkog tela, kao i svi radno angažovani posredstvom agencije za privremeno zapošljavanje.

U slučaju povrede Pravilnika o sprečavanju korupcije, zaposlenom može biti izrečena disciplinska mera predviđena zakonom, uključujući i prekid ugovora o radu. Tokom 2025. godine u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nije bilo registrovanih slučajeva korupcije, kao ni javnih postupaka pokrenutih protiv kompanije ili zaposlenih.

ZAŠTITA KONKURENCIJE

Kao kompanije sa značajnim tržišnim prisustvom i portfoliom snažnih i prepoznatljivih brendova, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi posvećuju posebnu pažnju poštovanju pravila zaštite konkurencije. Sa tim ciljem, razvijamo i sprovodimo sveobuhvatan program usklađenosti koji obuhvata definisanje tržišnih strategija u skladu sa važećim propisima, kao i kontinuiranu edukaciju zaposlenih o principima fer tržišnog nadmetanja. Istovremeno, važno je naglasiti da propisi o zaštiti konkurencije ne samo da uređuju odgovorno ponašanje naših kompanija na tržištu, već predstavljaju i važan mehanizam zaštite od nepoštenih i nedozvoljenih praksi drugih tržišnih učesnika, doprinoseći očuvanju jednakih uslova poslovanja za sve.

Svi zaposleni u komercijalnom sektoru kompanije Coca-Cola HBC dobijaju Priručnik o zaštiti konkurencije i tokom 2025. godine su prošli kroz trening o zaštiti konkurencije uživo, a viši i srednji menadžment u komercijalnom sektoru dodatno prolaze kroz specijalizovani elektronski trening.

Tokom 2025. godine nisu vođeni niti okončani postupci u vezi sa ponašanjem kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi koje je suprotno pravilima slobodne tržišne konkurencije.

O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks



TRŽIŠTE

O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks

DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



Dobro zdravlje



*Dostojanstven rad
i ekonomski rast*



*Industrija, inovacije
i infrastruktura*



*Odgovorna potrošnja
i proizvodnja*



Dobro zdravlje

KLJUČNE AKTIVNOSTI I REZULTATI U 2025. GODINI:

Pokazatelj zadovoljstva i
lojalnosti kupaca
Coca-Cola HBC Srbija je

83

Udeo lokalnih dobavljača
u budžetu nabavke
Coca-Cola HBC Srbija je

82,89%

Udeo lokalnih dobavljača
u budžetu nabavke
kompanije Bambi je

69,68%

Kompanija Bambi je za rekordnih 9 meseci izgradila *novi proizvodni pogon*
- sa dve najveće i najduže linije za tvrdi keks u celoj Evropi

Plazma je povratila poziciju *broj 1* u kategoriji tvrdog keksa.

Godinu 2025. obeležilo je dinamično tržišno okruženje, uz inflatorne pritiske, rast troškova sirovina i promene u potrošačkim navikama. Segment bezalkoholnih pića i konditorskih proizvoda nastavio je da raste, uz sve veća očekivanja u pogledu kvaliteta, raznovrsnosti i praktičnosti. Ubrzan tempo života podstiče potražnju za proizvodima i pakovanjima prilagođenim konzumaciji u pokretu, dok istovremeno raste interesovanje za nove ukuse, inovativne proizvode i zdravije izbore. U takvom okruženju, inovacije, agilnost i brzo prilagođavanje tržišnim trendovima postaju ključni pokretači uspeha.

Prateći ove trendove, nastavili smo da razvijamo naš širok 24/7 portfolio uz snažan fokus na inovacije u segmentima gaziranih i negaziranih napitaka, energetskih pića i funkcionalnih proizvoda, sa većim brojem opcija bez šećera, odgovarajući na potrebe potrošača koji traže balans između ukusa i zdravijih izbora. Tokom 2025. godine, naši proizvodi stigli su do više od 42.000 prodajnih objekata širom Srbije, potvrđujući snažno prisustvo na tržištu i dostupnost potrošačima u različitim prilikama za konzumaciju.



UNAPREĐENJE PORTFOLIA

Osveženje omiljenih brendova

U 2025. godini nastavili smo da unapređujemo portfolio kroz inovacije koje odgovaraju savremenim ukusima i navikama potrošača. Lansiranjem Coca-Cola Lime ukusa spojili smo prepoznatljiv ukus Coca-Cole sa osvežavajućim notama limete. Ova inovacija dodatno je osnažila segment citrusnih kola, koji beleži snažan rast.

Istovremeno, Fanta je proširila svoju ponudu novim ukusom grožđa, oslanjajući se na globalne i lokalne trendove koji pokazuju sve veću popularnost voćnih gaziranih napitaka. Dostupna u različitim pakovanjima, nova Fanta Grape donosi dodatni izbor potrošačima i jača relevantnost brenda među mlađim generacijama.

Istovremeno, Schweppes je predstavio novu varijantu Schweppes Purple, jedinstvenu kombinaciju crne ribizle i tropskog voća. Ovu inovaciju pratila je i nova strategija pakovanja i osvežen vizuelni identitet Brenda.

Legendarna kampanja „Share a Coca-Cola“ vratila se tokom 2025. godine, donoseći novu generaciju personalizovanih iskustava i prilika za povezivanje. Više od decenije nakon što je promenila način na koji potrošači doživljavaju brend, kampanja je ponovo okupila prijatelje, porodicu i zajednice kroz jedinstvene limenke sa imenima i porukama. Ovom kampanjom još jednom smo proslavili autentične ljudske konekcije, potvrđujući da pravi trenuci zajedništva nikada ne izlaze iz mode.



Zlatno partnerstvo sa Beogradskom arenom

Coca-Cola sistem je u 2025. godini postao Zlatni partner Beogradske arene i zvanični dobavljač bezalkoholnih pića, čime je uspostavljeno strateško partnerstvo koje će trajati do kraja 2029. godine.

Ovim partnerstvom povezan je naš 24/7 portfolio bezalkoholnih pića, uključujući brendove Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta, Sprite, Schweppes, Rosa i Powerade, sa jednim od najznačajnijih sportskih i kulturnih centara u regionu. Kao deo partnerstva, fokus je na obezbeđivanju široke dostupnosti osveženja za posetioce tokom sportskih i zabavnih događaja, uz doprinos unapređenju korisničkog iskustva u jednom od centralnih mesta velikih sportskih i muzičkih događaja i drugim manifestacijama od regionalnog i međunarodnog značaja.

Dve decenije uspešnog razvoja brenda Rosa

U 2025. godini obeležili smo dve decenije od kada je Rosa postala deo Coca-Cola sistema u Srbiji, čime je započeto jedno od najznačajnijih razvojnih poglavlja našeg portfolija. Tokom 20 godina kontinuirano smo ulagali u proizvodne kapacitete, razvoj zaposlenih, inovacije i održivost poslovanja.

Zahvaljujući ovim ulaganjima, Rosa je izrasla u vodeći brend izvorske vode u Srbiji i važan stub našeg 24/7 portfolia. Istovremeno, kroz brojne inicijative usmerene na podršku lokalnoj zajednici i očuvanje prirodnih resursa, brend je postao simbol poverenja i odgovornog poslovanja. Ovaj jubilej potvrđuje snagu dugoročne vizije i partnerstava koja već 20 godina gradimo zajedno.

Aktivna hidratacija bez kompromisa

Rastuća svest o zdravijim životnim navikama i potreba za funkcionalnim napicima nastavljaju da oblikuju tržište. Kao odgovor na ove trendove, lansirali smo Powerade Mountain Blast Zero – sportski napitak bez šećera koji pruža poznat ukus uz hidrataciju bez dodatnih kalorija.

Ova inovacija prati sve veću potražnju za aktivnom hidratacijom među sportistima, rekreativcima i potrošačima koji traže uravnoteženije izbore. Širenjem Zero ponude nastavljamo da podržavamo razvoj kategorije sportskih napitaka i pružamo potrošačima proizvode usklađene sa njihovim životnim stilom.

Nova energija i premium iskustva

U segmentu energetskih i premium gaziranih pića nastavili smo da ulažemo u inovacije koje donose nove ukuse i iskustva potrošačima. Monster portfolio proširen je varijantom Monster Zero Sugar, koja zadržava prepoznatljiv kvalitet brenda bez dodatog šećera, kao i ukusom Monster Strawberry, inspirisanim rastućom potražnjom za voćnim energetskim napicima. Ultra porodica dodatno je obogaćena proizvodom Ultra White Citrus, pružajući ljubiteljima brenda još veći izbor ukusa.



UNAPREĐENJE PREMIUM ALKOHOLNOG PORTFOLIA



Naš 24/7 portfolio obogaćen je brendom Diplomático Rum, jednim od najcenjenijih premium rumova na globalnom tržištu. Poreklom iz Venecuele, Diplomático je prepoznat po vrhunskom kvalitetu i bogatom aromatskom profilu, nastalom kombinacijom pažljivo odabrane šećerne trske i tradicionalnih metoda proizvodnje. Rum se proizvodi u destileriji sertifikovanoj prema standardu ISO 14001, što potvrđuje posvećenost odgovornom upravljanju životnom sredinom. Portfolio obuhvata varijante Reserva Exclusiva, Mantuano i Planas, namenjene različitim prilikama konzumacije, od uživanja u čistom rumu do pripreme koktela.



Savremeni identitet za kultni aperitiv

Tokom 2025. godine sproveden je relaunch Martini portfolia kroz osvežen vizuelni identitet i modernizaciju pakovanja, čime je dodatno naglašeno nasleđe jednog od najpoznatijih svetskih aperitiv brendova. Novi dizajn boca i etiketa donosi savremeniji izgled uz zadržavanje autentičnosti i prepoznatljivosti koje Martini gradi više od jednog veka.

Dve globalne ikone u jednom proizvodu

Tokom 2025. godine portfolio je proširen proizvodom Bacardi & Coke, čime smo odgovorili na rastuću popularnost kategorije gotovih alkoholnih pića („ready-to-drink“). Ovaj segment beleži kontinuiran razvoj, vođen potražnjom za praktičnim proizvodima koji pružaju poznate ukuse i dosledan kvalitet.

Lansiranjem proizvoda Bacardi & Coca-Cola dodatno smo unapredili ponudu u premium segmentu i proširili izbor za potrošače, istovremeno jačajući prisustvo u jednoj od najdinamičnijih kategorija alkoholnih pića na tržištu.



Strateški razvoj kategorije kafe i jačanje prisustva u HoReCa kanalu

Posvećenost kontinuiranom i strateškom razvoju kategorije kafe tokom 2025. godine doprinela je daljem širenju prisustva naših brendova u HoReCa kanalu širom Srbije. Premijum brend Vergnano dodatno je učvrstio svoju poziciju na tržištu i do kraja 2025. godine bio prisutan u 475 ugostiteljskih objekata, dok je Costa kafa bila dostupna u 262 HoReCa lokala.

Sa ciljem da potrošačima približimo kulturu ispijanja kafe i pomognemo im da lakše pronađu proizvode koji odgovaraju njihovim preferencijama, nastavili smo saradnju sa mobilnom aplikacijom „Espresso Guide“. Kroz ovu platformu korisnici imaju pristup korisnim informacijama o svetu kafe, različitim profilima ukusa i lokacijama na kojima mogu uživati u omiljenim brendovima.



Međunarodno priznanje za inovacije i razvoj vending kanala

Tokom 2025. godine, vending segment je dodatno potvrđen kao jedan od ključnih kanala rasta kroz unapređenje koncepta i širenje mreže na tržištu. Poseban fokus bio je na razvoju inovativnih rešenja za postavljanje vending aparata na javnim lokacijama i jačanju prisustva u različitim potrošačkim okruženjima. U okviru Coca-Cola HBC vending konferencije „Fix. Grow. Lead. Elevate+ 2025“, Vending tim Srbije je nagrađen priznanjem „New concept successfully piloted and deployed“. Ova nagrada prepoznaje uspešnu implementaciju inovativnog koncepta i strateški pristup razvoju vending mreže.

Dodatno jačanje ovog kanala ogleda se u kontinuiranom rastu mreže i unapređenju dostupnosti proizvoda u prilikama za konzumaciju u pokretu („on-the-go“) i na licu mesta („on-the-spot“), pri čemu vending nastavlja da ima važnu ulogu u obezbeđivanju 24/7 dostupnosti proizvoda potrošačima.



BAMBI



Statistika na koju smo ponosni:
**svaki treći keks kupljen u Srbiji
je Plazma.**



Omiljena Plazma se vratila potrošačima

Zahvaljujući posvećenosti Bambi tima i eksternih partnera, za samo devet meseci izgrađen je novi proizvodni pogon sa najdužim proizvodnim linijama za keks u Evropi, čime su stvoreni uslovi za brz povratak Plazme na tržište.

Da su potrošači željno čekali svoj omiljeni keks pokazuje i to da je Plazma do kraja godine povratila leadersku poziciju u kategoriji tvrdog keksa, dok su nova pakovanja od 400 g i 800 g postala najuspešnija lansiranja u kategoriji, potvrđujući snagu brenda i uspešno prilagođavanje potrebama potrošača.

Povratak Plazme obeležen je i Customer Day događajem, tokom koga su ključnim partnerima predstavljeni planovi za naredni period i potvrđena zajednička posvećenost daljem razvoju.

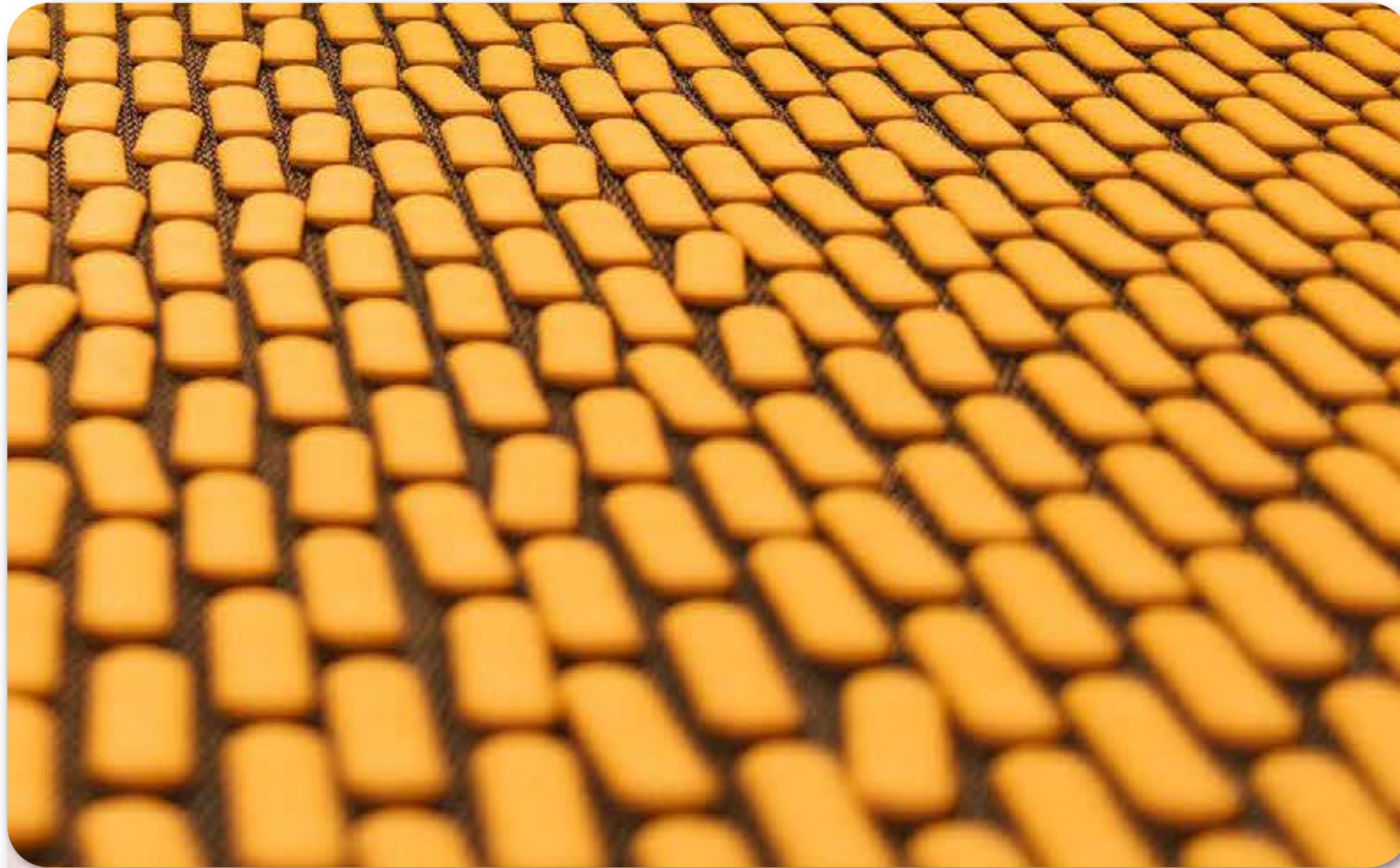
Inovacije koje povezuju timove i stvaraju vrednost

Uspešne inovacije rezultat su zajedničkog rada i sinergije različitih timova. Tokom godine, stručnjaci iz oblasti istraživanja i razvoja, marketinga, digitalnih komunikacija, proizvodnje i prodaje zajednički su radili na razvoju i uspešnom lansiranju novih proizvoda i kampanja, potvrđujući da se najbolji rezultati ostvaruju kroz saradnju.

Među najznačajnijim projektima izdvajaju se praznične inovacije u okviru Plazma portfolia, prvi multibrend koncept koji povezuje crveni i ljubičasti portfolio, kao i novi proizvodi poput Wellnessa sa integralnim žitaricama, višnjom i mlečnom čokoladom.

Istovremeno, inovativni proizvodi u portfoliu Zlatnog Peka - kiflice, čoko kiflice, tart i sendvič, kao i nova kampanja dodatno su osnažili prepoznatljivost naših proizvoda i njihovu povezanost sa potrošačima.





15. GODINU ZAREDOM OMILJENI SLATKIŠ PO IZBORU POTROŠAČA

Plazma je i ove godine ponela priznanje „Moj izbor“, koje dodeljuje udruženje „Moja Srbija“ uz podršku Centra potrošača Srbije i Grada Beograda, potvrdivši petnaestu godinu zaredom status omiljenog slatkiša po izboru potrošača. Ovo priznanje, koje se zasniva isključivo na glasovima potrošača, još jednom potvrđuje snagu brenda, dosledan kvalitet i dugogodišnje poverenje koje Plazma uživa među generacijama potrošača.



PLAZMA PIŠE ISTORIJU: POČETAK PROIZVODNJE NA NAJVEĆEM AFRIČKOM TRŽIŠTU

Pokretanjem proizvodnje Plazme u Nigeriji, po prvi put van granica Srbije, ostvaren je značajan korak u međunarodnom razvoju brenda. Projekat je realizovan u saradnji kompanija Bambi, Coca-Cola HBC, Nigerian Bottling Company i Sona grupe, čime je omogućena lokalna proizvodnja proizvoda prilagođenog potrebama nigerijskih potrošača.

Ovaj poduhvat doprinosi efikasnijem lancu snabdevanja, jačanju lokalnih partnerstava i stvaranju novih prilika za razvoj, istovremeno potvrđujući poziciju kompanije Bambi kao ekspertske centra Coca-Cola HBC Grupe za kategoriju biskvita i potencijal Plazme za dalji međunarodni rast.

ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA

Osiguravanje zdravstvene bezbednosti svih naših proizvoda je primarna odgovornost koju imamo prema našim potrošačima. Dosledno primenjujemo sveobuhvatan sistem upravljanja bezbednošću hrane, koji obuhvata preventivne mere, redovne interne i eksterne provere, kao i kontinuirani rad na razvoju kulture kvaliteta i bezbednosti, koji su odgovornost svih zaposlenih, na svim nivoima i funkcijama u organizaciji. Tokom 2025. godine, kao ni prethodnih godina, nismo zabeležili **nijedan slučaj opoziva ni povlačenja proizvoda sa tržišta** usled nepridržavanja propisa koji se odnose na zdravlje i bezbednost, nepridržavanje propisa u vezi sa uticajima naših proizvoda i usluga na zdravlje i bezbednost.

Politika kvaliteta i bezbednosti prehrambenih proizvoda Coca-Cola HBC Srbija i *Politika integrisanog sistema upravljanja kompanije Bambi*, kojima su definisani naši principi i posvećenost, usvojene su od strane najvišeg menadžmenta i javno dostupne svim zainteresovanim stranama na veb-sajtovima kompanija.

Sve naše proizvodne lokacije sertifikovane su standardima ISO 9001 (za sistem upravljanja kvalitetom), i FSSC 22000 (standard za sistem upravljanja bezbednošću hrane), za koje su u 2025. godini sprovedene eksterne provere, bez značajnih nalaza. Uz to, kao deo Coca-Cola sistema, Coca-Cola HBC Srbija se pridržava i internih smernica uspostavljenih na globalnom nivou, poznatih kao TCCC KORE zahtevi, koje obuhvataju kontrolu kvaliteta i bezbednosti proizvoda, kao i standarde za zaštitu životne sredine i bezbednost na radu.

Stroge provere sprovode se u svim ključnim tačkama životnog ciklusa proizvoda – od razvoja, ulaza sirovina, preko proizvodnje, do pakovanja gotovog proizvoda, skladištenja i distribucije. Pobrojane faze provere važe za sve proizvode kompanije Bambi, kao i za sve proizvode kompanije Coca-Cola HBC Srbija, izuzev bezalkoholnog gaziranog programa čiji se razvoj odvija u centrali Coca-Cola kompanije, dok su svi ostali postupci isti kao i za ostale proizvode.



SVETSKA NEDELJA KVALITETA

U okviru Nedelje kvaliteta dodatno smo istakli značaj kvaliteta i bezbednosti hrane kroz niz internih aktivnosti usmerenih na edukaciju i angažovanje zaposlenih. Kvalitet ostaje osnovno obećanje koje isporučujemo potrošačima svakog dana, a njegova dosledna primena zavisi od zajedničkog razumevanja i odgovornosti svih kolega.

Fokus ovogodišnjih aktivnosti bio je na dva ključna sistema koji omogućavaju naš standard izvrsnosti – sledljivosti (traceability) i upravljanju šaržama (batch management). Kroz njih obezbeđujemo potpunu kontrolu nad proizvodima tokom celog lanca snabdevanja, kao i brzu reakciju i transparentnost u svakom koraku proizvodnog procesa.

Na ovaj način kontinuirano jačamo kulturu kvaliteta, unapređujemo znanje zaposlenih i podstičemo zajednički doprinos u očuvanju bezbednosti i poverenja potrošača.

Broj reklamacija na bezbednost i kvalitet gotovih proizvoda kompanije Bambi smanjen je u 2025. godini za 16,67 % u odnosu na 2024. godinu.



ISHRANA I INFORMACIJE O PROIZVODIMA

Kroz inovacije i reformulaciju proizvoda potrošačima pružamo veći izbor proizvoda za različite prilike, pomažući im da donose uravnotežene odluke. Naš portfolio proizvoda uključuje pića sa niskim sadržajem šećera ili bez šećera, širu ponudu pića u manjim pakovanjima, kao proizvode kompanije Bambi sa različitim funkcionalnostima - bez glutena, sa proteinima, sa vlaknima, bez dodatog šećera. Pored smanjenja sadržaja šećera, jedan od ciljeva kompanije Bambi je i adaptacija portfolija u pravcu smanjenja sadržaja soli, zasićenih masti i aditiva. Od 2025. godine, svi proizvodi kompanije Bambi proizvode se sa RSPO sertifikovanom palminom mašću, dok 45 proizvoda nosi HALAL, a 56 Vegan sertifikat.



Podrška kampanji Teži ravnoteži

Jedan od stubova našeg pristupa je i edukacija potrošača o važnosti uravnotežene ishrane. Uz aktivnosti koje kao kompanija sprovodimo, svesni smo i značaja šireg sistemskog pristupa ovoj temi. Zbog toga Coca-Cola HBC Srbija i Bambi podržavaju nacionalnu kampanju „Teži ravnoteži“, koju od 2018. godine sprovodi Privredna komora Srbije – Udruženje za prehrambenu industriju. Ova kampanja pokrenuta je sa ciljem podrške Nacionalnom programu za prevenciju gojaznosti Ministarstva zdravlja Republike Srbije, kroz kontinuirano informisanje građana o važnosti uravnotežene ishrane i redovne fizičke aktivnosti u cilju postizanja dobrog javnog zdravlja stanovništva. U okviru kampanje je u septembru 2025. održana manifestacija „Lakim koracima do dobrog zdravlja“ – šetnja od 5.000 koraka, kako bi se podigla svest o hodaњу kao jednom od najlakših i najpovoljnijih oblika fizičke aktivnosti, koju svako može da praktikuje. Pored šetnje, građani su imali priliku da obave merenje na medicinskoj vagi, koja pored telesne mase pruža detaljan uvid u mišićnu masu, procenat masti, potrebe bazalnog metabolizma i indeks telesne mase.





Kada je reč o pružanju informacija o proizvodima, globalne prakse kompanije sprovode se i u Srbiji, uz nadležnost Coca-Cola kompanije i Coca-Cola HBC Srbija. Naše poslovanje usklađeno je sa lokalnom i međunarodnom zakonskom regulativom (Opšta uredba o zaštiti podataka (GDPR), Zakon o oglašavanju RS, Zakon o zaštiti potrošača RS, Zakon o zaštiti konkurencije RS), kao i sa internim kompanijskim politikama (Kodeks poslovnog ponašanja, Politika odgovornog marketinga), i dobrovoljnim kodeksima industrije (Kodeks oglašavanja Međunarodne privredne komore – globalni standardi za fer i odgovorno oglašavanje, EU Pledge Initiative – dobrovoljna inicijativa prehrambene industrije za ograničenje oglašavanja deci ispod 13 godina).



U skladu sa Politikom odgovornog marketinga, ne reklamiramo direktno naše proizvode deci mlađoj od 13 godina i ne nudimo naš gazirani portfolio osnovnim školama. Ovo se odnosi i na naša energetska pića, gde poštujemo UNESDA Kodeks za deklarisanje i marketing energetskih pića.

Politikom odgovornog marketinga alkoholnih pića definisan je niz ograničenja, koja osiguravaju da marketinške kampanje za alkohola pića koja distribuiramo budu usmerene isključivo na punoletne osobe i da sadrže poruke o odgovornom konzumiranju.

Pored usaglašenosti sa primenljivom zakonskom regulativom, kompanija Bambi se pridržava i odredbi Kodeksa prakse u oglašavanju trgovaca prehrambenim proizvodima na veliko i malo.

Bambi kroz svoje marketinške aktivnosti promoviše porodične vrednosti, zajedništvo, međugeneracijsku povezanost i pozitivne životne rituale, što doprinosi jačanju društvene kohezije i emocionalne povezanosti potrošača sa brendom.



Posebna pažnja posvećena je: odgovornom obraćanju deci i mladima, izbegavanju stereotipa i diskriminatornih prikaza, afirmaciji zdravog, realnog i inkluzivnog prikaza svakodnevnog života. Kompanija teži transparentnoj komunikaciji o proizvodima, njihovoj svrsi i načinu upotrebe, bez obmanjujućih poruka ili nerealnih obećanja. Marketing ne podstiče rizična ponašanja niti vrši pritisak na donošenje neinformisanih odluka, čime se poštuju osnovna prava potrošača na tačno i jasno informisanje.

Kao i kod svih brendova široke potrošnje sa širokom ciljnom grupom, postoji potencijalni rizik da: poruke budu prekomerno usmerene ka deci ili porodicama, ili da idealizuju određene životne stilove. Svesni smo ovih rizika i nastojimo da ih predupredimo kroz interne smernice, pažljiv odabir sadržaja i odgovornu kreativnu kontrolu.

U skladu sa globalnom Politikom o obeležavanja proizvoda Coca-Cola kompanije (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.

Pružamo informacije o poreklu sastojaka za sve sastojke za koje je to obavezujuće, sastavu samog proizvoda i supstancama (sirovinama) koje mogu imati uticaj na životnu sredinu ili ljude, obaveštenja o bezbednoj upotrebi proizvoda i bezbednom odlaganju proizvoda, kao i o uticaju odlaganja na životnu sredinu ili ljude.

Označavanje proizvoda odgovornost je službi kvaliteta i razvoja, uz podršku odeljenja marketinga, pravnih i korporativnih poslova i održivosti. Pored poštovanja svih zakonskih obaveza koje su u vezi sa deklaracijom, na proizvodima kompanije Coca-Cola HBC Srbija nalazi se i uputstvo za dnevni unos kalorija, odnosno GDA (Guideline Daily Amounts), koje se odnosi na približnu količinu kalorija, masti, ugljenih hidrata, proteina i soli, potrebnih za uravnoteženu ishranu zdravih odraslih osoba i dece. Uz sve zahteve definisane zakonima i propisima, proizvodi kompanije Bambi sadrže i informacije o hranljivim vrednostima, preporučenom dnevnom unosu za prosečnu odraslu osobu, nutritivne i zdravstvene izjave tamo gde je primenljivo u skladu sa zakonskom regulativom, kao i „vegan“ i „halal“ oznake tamo gde je primenljivo.

U kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi tokom 2025. godine nije zabeležen nijedan slučaj nepridržavanja propisa koji regulišu marketinške komunikacije, uključujući oglašavanje, promocije i sponzorstva, kao ni nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi sa pružanjem informacija o proizvodima i sa označavanjem.



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 kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Sve žalbe se razmatraju u skladu sa utvrđenim rokovima i povratne informacije o ishodu se dostavljaju kupcima i potrošačima. 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. Svi pozivi se prate pomoću programa u kojem operater beleži sve pozive, žalbe i zahteve i pomoću toga se sačinjava redovni izveštaj na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou.



Coca-Cola HBC Srbija

Besplatna info-linija za potrošače:
0800 11 22 33

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

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

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

Bambi

Besplatne info-linije za potrošače:
0800 33 44 55
0800 33 33 44

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

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

Veb sajt: www.bambi.rs

STVARAMO DODATU VREDNOST ZA KUPCE

Uspeh naših kupaca je i naš uspeh. Kontinuirana saradnja sa maloprodajnim partnerima i efikasno korišćenje podataka pomažu nam da prepoznamo i iskoristimo prilike koje donose vrednost i našim kupcima i našem poslovanju.

Našim kupcima na raspolaganju je Portal za kupce, koji im omogućava jednostavan unos i praćenje porudžbina u bilo kom trenutku, pristup ekskluzivnim ponudama i popustima, ažuriranje inventara u realnom vremenu, upravljanje fakturama na jednom mestu, i praćenje kreditnog stanja i plaćanja.

U okviru portala dostupna je i anketa "Customer Gauge" kojom vršimo istraživanje zadovoljstva kupaca. Ova anketa predstavlja „glas kupaca“, jer nam govori čime su kupci zadovoljni, ali i šta bi voleli da unapredimo. Istraživanjem, koje se realizuje dva puta godišnje putem e-maila ili SMS-a, pokrivamo kompletno vizitirano tržište - direktne i indirektne kupce. Anketa sadrži niz pitanja relevantnih za poslovanje kompanije, portfolio, brendove, kompletan servis ka kupcu (unos porudžbenice, isporuka, fakturisanje, odnos sa našim zaposlenima, dostupnost opreme i transparentnost komercijalne politike).

Kupac na postavljena pitanja u upitniku odgovara ocenom sveukupne saradnje sa našom kompanijom od 1-10, na osnovu čega se izračunava NPS (Net Promoter Score). Ponosni smo na NPS za 2025. godinu, koji iznosi 83 i predstavlja povećanje od 1 procenti poen u odnosu na 2024. godinu.

NPS za 2025. godinu

83

Pored Portala za kupce, kupcima su na raspolaganju i besplatne info-linije, koje pružaju informacije o svim aspektima saradnje, porudžbenicama i dostavi proizvoda. Pored odgovora na svaki zahtev kupaca, evidentira se i zadovoljstvo dobijenim odgovorima. Rok za odgovor na upit/žalbu saopštava se svakom pozivaocu posebno i zavisi od prirode zahteva.



Coca-Cola HBC Srbija

Info broj za kupce:
0800 300 302

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

Bambi

Info broj za kupce:
064 878 44 00

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

COKE AKADEMIJA – UNAPREĐENJE ZNANJA I PODRŠKA PARTNERIMA

Nakon četiri godine od pokretanja projekta, Coke Akademija je u 2025. godini dodatno unapređena kroz lansiranje digitalne verzije platforme, dostupne ugostiteljima 24/7. Na ovaj način, edukativni program je evoluirao u održiv model kontinuiranog učenja koji kombinuje radionice uživo sa stalno dostupnim online sadržajem.

Tokom ovogodišnjeg izdanja u Beogradu predstavljeni su novi digitalni moduli, razvijeni na osnovu konkretnih potreba partnera iz HoReCa i maloprodajnog sektora. Cilj programa ostaje isti – podrška partnerima kroz praktična znanja i razmenu iskustava koja doprinose unapređenju njihovog poslovanja.

Sadržaj je bio usmeren na ključne trendove i izazove u HoReCa sektoru, uključujući rast konceptualnih i personalizovanih objekata, privlačenje i zadržavanje radne snage, kao i unapređenje operativne efikasnosti kroz standardizaciju procesa, digitalne alate i optimizaciju ponude.

U segmentu maloprodaje fokus je bio na razvoju kategorija, upravljanju troškovima, optimizaciji asortimana i jačanju lojalnosti kupaca.



Od pokretanja 2022. godine, kroz Coke Akademiju je prošlo **više od 600 učesnika**, a uvođenjem digitalne platforme dodatno je unapređena dostupnost i kontinuitet edukacije, čime se jača dugoročna podrška partnerima i doprinosi razvoju njihovog poslovanja.



ODGOVORNO SNABDEVANJE

Jačamo partnerstva sa dobavljačima i povećavamo efikasnost lanca snabdevanja

Naš pristup jačanju odnosa sa dobavljačima podrazumeva zajednički rad na unapređenju razumevanja održivih praksi, i njihovom integrisanju u donošenje svakodnevnih poslovnih odluka. U kontekstu obezbeđivanja kontinuiteta i održivosti našeg poslovanja, dobavljače smatramo ključnim partnerima.

Na godišnjem nivou, **Coca-Cola HBC Srbija sarađuje sa oko 1000, a Bambi sa oko 400 dobavljača**. Dobavljači Coca-cola HBC podeljeni su na indirektne i direktne. Direktni dobavljači isporučuju proizvode koji čine sastavni deo gotovog proizvoda. Kriterijumi za izbor strateških dobavljača se dele na tehničke, komercijalne i kriterijume održivosti. Za direktne dobavljače, najznačajniji faktori su pouzdanost, kontinuitet, visok stepen kvaliteta i fleksibilnost, a za indirektne raspoloživost i mogućnost odgovora u kratkom roku. Kompanija Bambi, pored direktnih i indirektnih, ima i „sourcing“ dobavljače, odnosno deo nabavke zadužen za pribavljanje proizvoda koje Bambi lansira pod svojim brendovima i za svoj račun, a koje uslužno za Bambi proizvode proizvođači konditorskih proizvoda u zemlji i inostranstvu. Kriterijumi sourcing-a za dobavljače proizvoda su pouzdanost, kontinuitet, i kvalitet po standardima Bambija.

Naši dobavljači su locirani lokalno ili regionalno, u zavisnosti od predmeta nabavke. U 2025. godini, na domaće dobavljače utrošeno je **82,89%** budžeta za nabavke kompanije Coca-Cola HBC Srbija, kao i **69,68%** budžeta za nabavke kompanije Bambi. Zadržavanjem visokog udela domaćih dobavljača u ukupnom budžetu nabavke, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nastavljaju da pružaju značajan doprinos lokalnoj ekonomiji i održivom razvoju zajednica.



Sertifikati i poštovanje standarda

Od naših dobavljača zahtevamo izvrsnost i poštovanje visokih standarda u sledećim ključnim oblastima:

- Upravljanje kvalitetom – **ISO 9001**
- Upravljanje zaštitom životne sredine – **ISO 14001**
- Bezbednost i zdravlje na radu – **ISO 45001**
- Bezbednost hrane – **FSSC 22000** i Globalna inicijativa za bezbednost hrane GFSI (važi samo za dobavljače sastojaka i ambalaže Coca-Cola HBC)
- Rain Forest Alliance i Fair Trade - za poljoprivredne sirovine

Saradnju sa dobavljačima evaluiramo jednom godišnje, na osnovu posebne procedure (Supplier Evaluation & Authorization Procedure), u okviru koje dobavljači imaju i mogućnost da pruže povratne informacije o zadovoljstvu saradnjom. Takođe, ohrabrujemo dobavljače da prijave svako pitanje usklađenosti ili etike sa kojim se susretnu tokom saradnje, putem "Reci!" Linije.

Godišnja evaluacija saradnje sa dobavljačima podrazumeva i obaveznu proveru sertifikata koji su u vezi sa kvalitetom i održivošću. Pored toga, za procenu i praćenje rizika održivosti kod dobavljača koristimo Eco Vadis platformu, zasnovanu na 21 kriterijumu iz oblasti zaštite životne sredine, društvenih uticaja i upravljanja. Ova platforma koristi se u čitavom Coca-Cola sistemu, omogućavajući razmenu informacija o učincima dobavljača prema kriterijumima održivosti. U 2025. godini na Eco Vadis platformi ocenjen je ukupno 41 novi dobavljač Coca-Cola HBC, što predstavlja značajno povećanje u odnosu na prethodnu godinu. Od ukupnog broja ocenjenih, 26 su strateški dobavljači. Pored toga, performans ocenjenih dobavljača u 2025. godini je u odnosu na prethodnu godinu porastao za 5,5 procentnih poena u proseku po svim oblastima koje su predmet ocene - životna sredina, ljudska prava, etika i održiva nabavka.

DocuSign – veća efikasnost i smanjenje potrošnje resursa

U 2025. godini u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija implementiran je novi proces elektronskog potpisivanja dokumenata putem DocuSign alata, čime je omogućeno brzo i sigurno potpisivanje ugovora bez potrebe za štampanjem, skeniranjem i fizičkom razmenom dokumenata. Ovaj unapređeni proces značajno štedi vreme i troškove, uz visok nivo bezbednosti i sledljivosti dokumenata, istovremeno doprinoseći zaštiti životne sredine kroz smanjenje potrošnje papira i prirodnih resursa.



Dan zelene nabavke - zajednički koraci ka održivijem lancu vrednosti

Kako izgleda kada se održivost zaista primenjuje kroz ceo lanac snabdevanja? Na to pitanje odgovor smo i ove godine tražili zajedno sa našim partnerima, na četvrtom Danu zelene nabavke, koji je okupio oko 40 dobavljača iz različitih oblasti.

Kroz otvoren dijalog i razmenu iskustava, fokusirali smo se na teme koje sve snažnije oblikuju budućnost poslovanja – od smanjenja indirektnih emisija (Opsega 3), preko odgovornog upravljanja vodom i otpadom, do unapređenja procesa reciklaže i sve većeg potencijala primene veštačke inteligencije u razvoju održivih rešenja.

Poseban akcenat bio je na konkretnim inicijativama koje već donose rezultate u praksi, uz zajednički doprinos kompanije i naših partnera u unapređenju održivosti celokupnog lanca vrednosti.

Ovogodišnji Dan zelene nabavke bio je i prilika da prepoznamo partnere koji su kroz inovacije i dugoročnu saradnju doprineli ovim rezultatima. Zahvalnice su dodeljene kompanijama ITN Group, Moto Plast i Messer Tehnogas za njihov doprinos razvoju održivijih rešenja i unapređenju operativnih praksi.

Događaj je još jednom potvrdio da je održivost zajednički proces – onaj koji se razvija kroz partnerstva, razmenu znanja i kontinuirano unapređenje, korak po korak kroz ceo lanac snabdevanja.



Vodeći principi za dobavljače

Sastavni deo ugovora sa dobavljačima su i naši [Vodeći principi za dobavljače](#). Prilikom potpisivanja ugovora, svaki dobavljač, nezavisno od vrednosti ugovora, obavezan je da potpiše i posebnu izjavu kojom se dodatno obavezuju da će poštovati Vodeće principe.

Kao minimum neophodan za saradnju, dobavljači su u obavezi da ispune sledeće zahteve:

01

Zakon i zakonska regulativa

Dobavljač je dužan da poštuje sve zakone, pravila, regulative i zahteve pozitivnih propisa prilikom proizvodnje i distribucije proizvoda, kao i tokom pružanja usluga kompaniji.

02

Angažovanje dece

Dobavljač neće koristiti decu kao radnu snagu.

03

Ropstvo, prisilan rad i trgovina ljudima

Dobavljač neće držati bilo koju osobu u ropstvu ili potčinjenosti i neće koristiti prisilan ili obavezan rad ili biti umešan u bilo koji oblik trgovine ljudima. Dobavljač neće nametnuti radnicima nikakve naknade da bi obezbedio njihovo zaposlenje ili raspoređivanje, ili da nadoknadi bilo koji trošak koji je imao u procesu zapošljavanja.

04

Zabrana zlostavljanja zaposlenih

Dobavljač neće zlostavljati zaposlene, fizički ili na bilo kakav drugačiji način.

05

Treća lica

Dobavljač će poštovati prava zaposlenih da biraju da li će ih zastupati sindikati (sloboda udruživanja), kao i da kolektivno pregovaraju u skladu sa važećim zakonima (kolektivno pregovaranje). Dobavljač će poštovati sve važeće lokalne i nacionalne zakone o slobodi udruživanja i kolektivnom pregovaranju.

06

Zarade i naknade

Zarade i naknade će biti određivane i isplaćivane u skladu sa zakonom.

07

Radno vreme i prekovremeni rad

Uslovi rada, uključujući broj radnih sati i prekovremeni rad, fizički i mentalni zahtevi, biće u skladu sa važećim zakonima.

08

Zdravlje i zaštita na radu

Uslovi rada biće u skladu sa zakonom.

09

Životna sredina

Dobavljač će poslovati u skladu sa zakonima o zaštiti životne sredine.

10

Sukob interesa

Zaposleni u Coca-Cola HBC i naši dobavljači treba da izbegavaju situacije u kojima može doći do sukoba interesa.

11

Poslovni i finansijski podaci

Dobavljač će primenjivati sve važeće zakone u pogledu vođenja knjigovodstva i finansijskog izveštavanja.

12

Mito i korupcija

Dobavljač će postupati u skladu sa svim važećim propisima protiv mita i korupcije i neće pribegavati podmićivanju ili prevarnim postupanjima.

13

Zakoni o zaštiti konkurencije

Od dobavljača se očekuje da se pridržava svih važećih zakona o zaštiti konkurencije, kao i antimonopolskih zakona koji su relevantni i koji se primenjuju na njihovo poslovanje, kao i na njihovu saradnju sa Coca-Cola HBC.

14

Zaštita informacija i ličnih podataka

Dobavljač će čuvati informacije kompanije Coca-Cola HBC, kao i one trećih lica koje nisu javne, a otkrivene dobavljaču. Dobavljač će se pridržavati važećih zakona o zaštiti podataka, uključujući GDPR EU.

15

Sankcije

Dobavljač će se pridržavati važećih međunarodnih sankcija.

16

Biodiverzitet i krčenje šuma

Dobavljač će se pridržavati važećeg zakona koji se odnosi na biodiverzitet i propise EU o krčenju šuma.

Ukoliko osam ključnih **Konvencija Međunarodne Organizacije Rada (MOR)** uspostavljaju više standarde u odnosu na lokalno zakonodavstvo, dobavljač je u obavezi da ispuni standarde MOR-a.

Dobavljač mora biti u stanju da dokaže usaglašenost sa Vodećim principima za dobavljače na zahtev i na način koji zadovoljava Coca-Cola HBC. Očekujemo od naših dobavljača da razviju i primene odgovarajuće interne poslovne procese koji će osigurati usaglašenost sa Vodećim principima. Sarađujemo sa Coca-Cola kompanijom, koja redovno angažuje nezavisne agencije radi ocene stepena usaglašenosti rada dobavljača sa Vodećim principima za dobavljače. Ovo ocenjivanje obuhvata i poverljive razgovore sa zaposlenima i drugim angažovanim licima. Ukoliko se utvrdi da dobavljač nije poštovao bilo koji aspekt Vodećih principa, od dobavljača se očekuje da preduzme korektivne mere. Coca-Cola HBC Srbija i Bambi zadržavaju pravo da raskinu ugovor sa svakim dobavljačem koji nije u stanju da demonstrira poštovanje zahteva iz Vodećih principa za dobavljače.

Tokom 2025. godine nisu utvrđeni negativni uticaji na društvo ili životnu sredinu ni kod jednog dobavljača kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, i nije bilo prekida saradnje.



2025.	CCHBC Srbija	Bambi
Broj novih registrovanih dobavljača	90	32
Procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti proceni prema kriterijumima vezanim za zaštitu životne sredine	100%	100%
Procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti proceni prema kriterijumima vezanim za društvo	100%	100%



O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks



NAŠI LJUDI

O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks

UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA:



Dobro zdravlje



Dostojanstven rad
i ekonomski rast



Mir, pravda i
snažne institucije



Rodna
ravnopravnost



Smanjenje
nejednakosti

KLJUČNE AKTIVNOSTI I REZULTATI U 2025. GODINI:

Ukupan broj zaposlenih

Coca-Cola HBC Srbija

1188

Fluktuacija zaposlenih

Coca-Cola HBC Srbija

5,45%

Ukupan broj sati obuke

Coca-Cola HBC Srbija

21.853

Ponosni što su deo kompanije

Coca-Cola HBC Srbija

93%

Bambi

702

Bambi

2,9%

Bambi

3.747

Bambi

93%



RADNI USLOVI

Verujemo da ljudi, kada se osećaju motivisano, cenjeno i povezano, daju svoj maksimum – kako na poslu, tako i u privatnom životu. Zato obezbeđujemo sigurno radno okruženje, kao i kompetitivne radne uslove, nastojeći da kreiramo fleksibilne i podsticajne sisteme nagrađivanja koji se prilagođavaju promenljivim očekivanjima na tržištu rada i razvoju potreba zaposlenih.

Na kraju 2025. godine, kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi imale su ukupno 1.890 zaposlenih, dok je još 688 radnika bilo angažovano putem agencija za privremeno zapošljavanje.

Više od 92% zaposlenih zaposleno je na neodređeno vreme. Stopa fluktuacije u Coca-Cola HBC Srbija je iz godine u godinu stabilna, i iznosi 5,45%, dok je u Bambiju tokom 2025. zabeležena rekordno niska stopa fluktuacije od 2,9%.

Coca-Cola HBC Srbija 2025.

Zaposleni - rodna struktura

	Muškarci	Žene	Ukupno
Broj zaposlenih	854	334	1188
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	802	273	1075
Broj zaposlenih na određeno vreme	52	61	113
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	0	4	4
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	854	334	1188

Coca-Cola HBC Srbija 2025.

Zaposleni - po lokalitetima*

	Beograd	Vlasinka	Ukupno
Broj zaposlenih	1028	160	1188
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	938	137	1075
Broj zaposlenih na određeno vreme	930	23	113
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	4	0	4
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	1028	160	1188

Coca-Cola HBC Srbija 2025.

Drugi radnici / Treća lica**

	Muškarci	Žene	Ukupno
Broj radnika / Treća lica	394	78	472

Bambi 2025.

Zaposleni - rodna struktura

	Muškarci	Žene	Ukupno
Broj zaposlenih	289	413	702
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	275	403	678
Broj zaposlenih na određeno vreme	14	10	24
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	/	/	/
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	289	413	702

Bambi 2025.

Zaposleni - po lokalitetima

	Požarevac	Beograd	Ukupno
Broj zaposlenih	592	110	702
Broj zaposlenih na neodređeno vreme	570	108	678
Broj zaposlenih na određeno vreme	22	2	24
Broj zaposlenih na privremeno-povremenim poslovima, ili drugim vrstama ugovora osim ugovora o radu	/	/	/
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	592	110	702

Bambi 2025.

Drugi radnici / Treća lica*

	Muškarci	Žene	Ukupno
Broj radnika / Treća lica	65	151	216

*u broj zaposlenih za lokalitet Vlasinka, uračunati su i zaposleni u punionici u Neresnici (59).

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

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

Fluktuacija radne snage Coca-Cola HBC Srbija	2025.	
	Muškarci	Žene
Novozaposleni	76	68
Zaposleni koji su napustili kompaniju	43	9

Starosna struktura zaposlenih koji su napustili kompaniju Coca-Cola HBC Srbija	2025.	
	Muškarci	Žene
<30	7	2
30-50	24	6
>50	12	1
Ukupno	43	9

Stopa fluktuacije Coca-Cola HBC Srbija	2025.
	5,45%

Coca-Cola HBC Srbija 2025.	Starosna struktura zaposlenih			Starosna struktura predstavnika upravljačkih tela		
	Ispod 30 god.	30-50 god.	Preko 50 god.	Ispod 30 god.	30-50 god.	Preko 50 god.
	16,67%	64,22%	19,11%	/	81,80%	18,20%

Bambi 2025.	Starosna struktura zaposlenih			Starosna struktura predstavnika upravljačkih tela		
	Ispod 30 god.	30-50 god.	Preko 50 god.	Ispod 30 god.	30-50 god.	Preko 50 god.
	9,97%	45,87%	44,16%	/	77,78%	22,22%

Fluktuacija radne snage Bambi	2025.	
	Muškarci	Žene
Novozaposleni	32	35
Zaposleni koji su napustili kompaniju	15	25

Starosna struktura zaposlenih koji su napustili kompaniju Bambi	2025.	
	Muškarci	Žene
<30	6	4
30-50	5	8
>50	4	13
Ukupno	15	25

Stopa fluktuacije Bambi	2025.
	2,9%

KOLEKTIVNI UGOVOR

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

Svi zaposleni obuhvaćeni su kolektivnim ugovorom. Coca-Cola HBC Srbija, prilikom donošenja velikih poslovnih odluka i bavljenja pitanjima od zajedničkog interesa, konsultuje svoje zaposlene, sindikate, kao i kancelariju Evropskog Saveta za pitanja rada. Kompanija je definisala rok od 30 dana za blagovremeno informisanje zaposlenih o strateškim promenama u poslovanju koje bi mogle uticati na njih, dok je minimalni period za obaveštavanje 8 dana. U kompaniji Bambi, definisani minimalni rok za informisanje o strateškim promenama u poslovanju iznosi 15 dana.



BRIGA O ZAPOSLENIMA

MyPlace: Mesto za razvoj, podršku i blagostanje

Verujemo da su dobrobit zaposlenih, osećaj pripadnosti i mogućnosti za razvoj ključni za dugoročni uspeh pojedinaca i naše organizacije. Sa tim ciljem razvili smo MyPlace, jedinstvenu platformu koja objedinjuje programe, benefite i inicijative usmerene na podršku zaposlenima tokom svih faza njihovog profesionalnog i ličnog razvoja.

MyPlace predstavlja centralno mesto koje povezuje aktivnosti i pogodnosti namenjene unapređenju kvaliteta života zaposlenih, podsticanju razvoja i jačanju kulture brige, uključivanja i međusobne podrške. Platforma je dostupna svim zaposlenima u Coca-Cola HBC Srbija i zasniva se na četiri međusobno povezana stuba blagostanja: fizičkom, mentalnom, finansijskom i društvenom.





Fizički stub usmeren je na očuvanje zdravlja i podsticanje aktivnog načina života zaposlenih. Kompanija obezbeđuje privatno zdravstveno osiguranje, kao i preventivne sistematske preglede u saradnji sa privatnim domom zdravlja. Tokom godine pokrivamo kotizacije za učešće zaposlenih na maratonima i trkama, čime se dodatno podstiče zajedničko učešće i neformalne sportske aktivnosti među kolegama.



Mentalni stub usmeren je na podršku zaposlenima u različitim aspektima ličnog i profesionalnog razvoja. Kroz EAP aplikaciju dostupno je savetovanje iz oblasti psihološke, finansijske, pravne i karijerne podrške. Razvoj se dodatno podstiče kroz radionice za unapređenje veština, online izvore za učenje, kao i mentoring i coaching sesije, dok se kroz individualne razvojne planove prati i usmerava razvoj zaposlenih. Balans između posla i privatnog života podržan je hibridnim modelom rada i dopunjen slobodnim danom za rođendan.

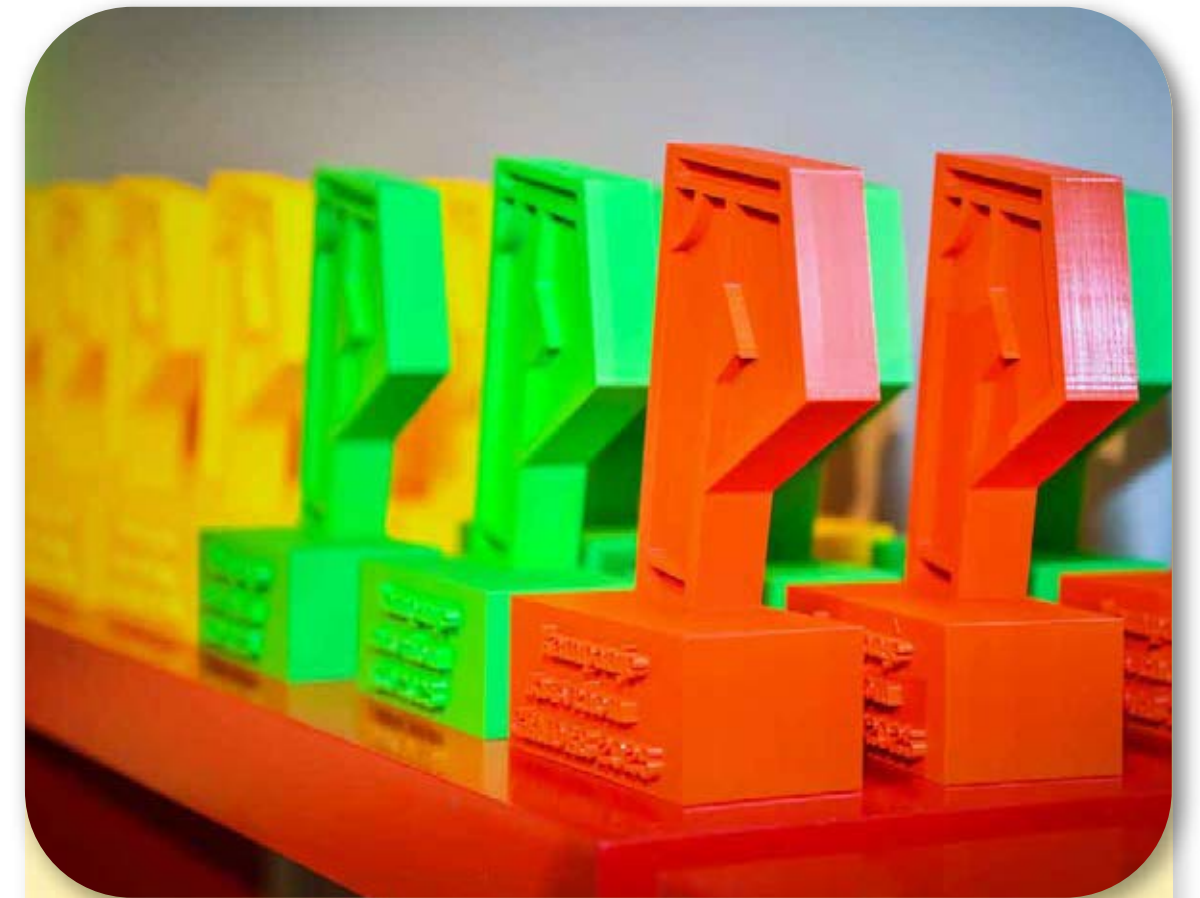


Finansijski stub obuhvata benefite koji zaposlenima pružaju sigurnost, podršku i dodatne pogodnosti kroz različite faze rada i života. Uključuje programe finansijske i socijalne zaštite, poput životnog i invalidskog osiguranja, putnog osiguranja, solidarne pomoći i podrške pri odlasku u penziju; kao i sistem nagrađivanja kroz jubilarne i interne nagrade, kao što je Zlatna Koca. Pored navedenih, obuhvata i različite dodatne benefite, kao što su kompanijski popusti, praznični paketi napitaka iz našeg portfolija, službeni automobil u skladu sa prirodom posla i obezbeđenu radnu opremu.



Društveni stub ima za cilj da jača kulturu zajedništva, inkluzivnosti i međusobne povezanosti. Uključuje različite oblike odsustva i podrške porodici, kao što su odsustvo povodom braka, roditeljsko odsustvo i dodatno odsustvo vezano za važne porodične događaje poput polaska deteta u vrtić ili školu, kao i poklone za novorođenčad. Stub takođe obuhvata organizaciju porodičnih i kompanijskih događaja, kao što su porodični dan, dečija predstava, poseta fabrici i novogodišnji bazar, kao i angažovanje kroz klub volontera koji doprinosi razvoju održivog poslovanja i zajednice.

Kroz MyPlace nastavljamo da razvijamo radno okruženje u kojem su dobrobit, razvoj i angažovanost zaposlenih ključni prioriteti. Na taj način stvaramo uslove da svako može da ostvari svoj potencijal i doprinese zajedničkom uspehu.



NAGRADA ZA MYPLACE PLATFORMU ZA BLAGOSTANJE

Tokom godine kompanija Coca-Cola HBC Srbija je osvojila Yellow priznanje na festivalu „Kampanje sa svrhom“ u kategoriji Social, za internu kampanju posvećenu MyPlace platformi. Kampanja promoviše dobrobit zaposlenih kroz četiri oblasti – fizičku, mentalnu, finansijsku i društvenu dobrobit – i prepoznata je kao primer društveno odgovorne komunikacije koja doprinosi ličnom razvoju zaposlenih.

AKTIVAN ŽIVOT I ZAJEDNIŠTVO

Promocija zdravog i aktivnog načina života obeležila je prethodnu godinu u Bambiju i Coca-Cola HBC Srbiji, kroz učešće zaposlenih na brojnim sportskim manifestacijama širom zemlje i regiona. Trčanje, timski duh i briga o dobrobiti ljudi bili su u centru svih aktivnosti, uz snažan fokus na zajedništvo, inkluziju i pozitivnu energiju.

Više od 150 kolega iz obe kompanije su zajedno učestvovali na preko 20 trka i trailova - od Beograda do Ohrida i Boke Kotorske, šireći poruku o važnosti fizičke aktivnosti i zdravih navika. Brend marketing tim dodatno je obogatio iskustvo sportskim aktivacijama - Wellness, Rosa i PowerAde paketima, stvarajući prepoznatljiv identitet naših klubova.

Godinu je obeležio i izuzetan trenutak za **Bambi trkački klub**, kada su kolege **Nenad Gajić** i **Žarko Karović** poneli olimpijsku baklju u okviru štafete za **Zimske olimpijske igre Milano - Cortina 2026**.

U kompaniji **Coca-Cola HBC Srbija** posebno se istakla humanitarna inicijativa **RUN&WALK 4BELHOSPICE**, u kojoj je **85 zaposlenih** prešlo **15.398** kilometara u znak podrške palijativnom zbrinjavanju.



PORODIČNI DAN

Porodični dan predstavlja jedan od najvažnijih internih događaja u obe kompanije, jer okuplja zaposlene i njihove najbliže i podseća nas da je briga o ljudima temelj naše kulture. U tom duhu, Coca-Cola HBC Srbija je ove godine u Sportskom centru Kovilovo okupila oko 1.300 zaposlenih i članova njihovih porodica, uz bogat program koji je obuhvatio sportske turnire, aktivnosti za decu i eko radionicu Reciklažnog centra Užice. Atmosferu su obeležili timski duh, fer-plej i zajedničko učešće svih prisutnih, a događaj je završen dodelom priznanja najboljim ekipama.

Sličnu energiju zajedništva negovala je i Bambi kompanija, koja je svoj Porodični dan organizovala u ergeli u Ljubičevu, gde se okupilo više od 1.000 zaposlenih i članova njihovih porodica. Program je bio osmišljen u sportskom i timskom duhu, uz dodatne viteške discipline za najmlađe, koji su se tog dana pretvorili u prave „Bambi vitezove“.

Interni događaji poput Porodičnog dana jačaju osećaj pripadnosti, povezuju naše zaposlene i njihove porodice i grade kulturu inkluzivnosti i međusobne podrške.



BENEFICIJE

Uz zakonski zagaranтована prava na porodiljsko odsustvo i otpremninu pri odlasku u penziju, zaposleni u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi imaju i privatno zdravstveno osiguranje, kao i životno osiguranje, dok zaposleni u kompaniji Bambi imaju i pravo na sticanje vlasništva nad akcijama. Od 2024. godine, u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija obuhvat privatnog zdravstvenog osiguranja proširen je i na radno angažovane putem agencija za privremeno zapošljavanje. U kompaniji Bambi, obuhvat privatnog zdravstvenog osiguranja proširen je u 2025. godini i na članove porodica zaposlenih.

Zaposleni čije pozicije to zahtevaju, jednom godišnje imaju plaćen sistematski pregled, dok zaposleni čije pozicije ne zahtevaju obavezan sistematski pregled, ovaj benefit mogu koristiti na dobrovoljnoj bazi jednom godišnje.

Pravo na porodiljsko odsustvo i odsustvo sa rada radi nege deteta imaju svi zaposleni, a posebno podržavamo povratak naših koleginica i kolega na radno mesto po isteku porodiljskog odsustva i odsustva sa rada radi nege deteta. Tokom 2025. godine, 9 koleginica u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, kao i 23 koleginice u kompaniji Bambi, iskoristili su pravo na porodiljsko odsustvo i odsustvo sa rada radi nege deteta. U Coca-Cola HBC Srbija, stopa povratka na radno mesto po povratku sa porodiljskog odsustva i odsustva sa rada radi nege deteta iznosi 82%, dok stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznosi 81%. U Bambiju stopa povratka na radno mesto po povratku sa porodiljskog odsustva i odsustva sa rada radi nege deteta i stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznose 100%.

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija u 2025. godini uvedena je nova procedura za isplatu jubilantskih nagrada, koja podrazumeva sabiranje ukupnog staža rada u kompaniji, uključujući potencijalne prekide. Pored toga uvedena je i nagrada za svakih 5 godina rada u kompaniji uz povećanje nagradnog fonda.



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

- **Mesečni i godišnji bonus**, u zavisnosti od tipa pozicije
- **Specijalne nagrade** za ostvarenje rezultata predviđenih programima prepoznavanja i nagrađivanja
- **Jubilarne nagrade** za zaposlene koji su 10, 20, 30, 35 i 40 godina u kompaniji Bambi, kao i za zaposlene koji su 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35 i 40 godina u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija
- **Poklon vaučer** za kupovinu dečijih igračaka nakon rođenja deteta
- **Solidarnu pomoć** u slučaju smrti člana uže porodice ili smrti zaposlenog, kada postoji i mogućnost stipendiranja dece zaposlenog, podrška samohranim roditeljima (primenjuje Coca-Cola HBC Srbija)
- **Poklon pakete** proizvoda dva puta godišnje, kao i novogodišnje paketiće za decu zaposlenih
- **Popuste** za kupovinu robe i usluga prema ostvarenim saradnjama
- **Kupovinu proizvoda kompanije** po povlašćenim cenama (primenjuje Bambi)
- **Više dana** godišnjeg odmora i plaćenog odsustva od zakonskog minimuma
- **Isplatu godišnje specijalne nagrade**, regresa (finansijske pomoći za pokrivanje troškova godišnjeg odmora), kao i nagrade za sve zaposlene na dan kompanije (primenjuje Bambi)
- **Po 1 dan plaćenog odsustva** za rođendan zaposlenog/e i prvi dan kada deca zaposlenih polaze u jasle, vrtić ili prvi razred (primenjuje Coca-Cola HBC Srbija)
- **10 dana plaćenog odsustva** za očeve zbog rođenja deteta (Coca-Cola HBC Srbija), odnosno 6 dana za rođenje deteta + 1 dan za prvi pregled (Bambi)

MERIMO ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIH

U cilju kontinuiranog unapređenja radnog okruženja i jačanja kulture otvorene komunikacije, redovno pratimo iskustvo, zadovoljstvo i privrženost zaposlenih kroz strukturisane MyVoice upitnike. Tokom 2025. godine sprovedeno je sveobuhvatno **MyVoice** istraživanje koje sadrži 60 stavki i na koje je odgovorilo 92% zaposlenih.

Poseban fokus stavljen je na održivi indeks privrženosti kao ključni pokazatelj dugoročne povezanosti, motivacije i angažovanosti zaposlenih. Pored toga, prate se i drugi faktori poput inkluzije, sigurnosti i zadovoljstva, kao i stavke koje se odnose na vrednosti koje dele obe kompanije. Rezultate analiziramo i upoređujemo sa rezultatima prethodnih upitnika, drugim poslovnim jedinicama, kao i eksternim standardom koji obuhvata 10% kompanija sa najvišom privrženošću.

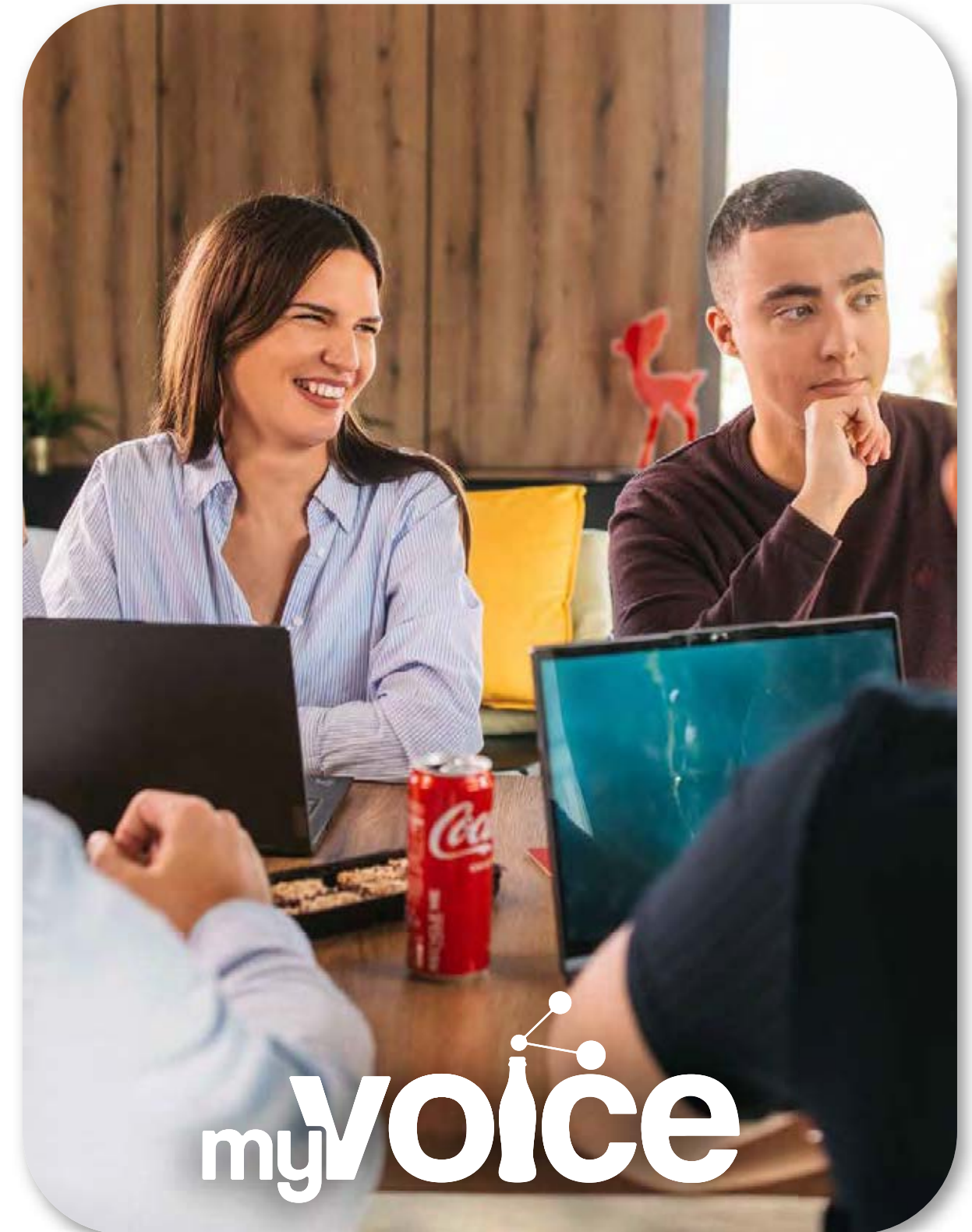
Na osnovu dobijenih uvida definišemo prioritetne aktivnosti usmerene na dalje unapređenje iskustva zaposlenih i održivo jačanje privrženosti organizaciji.

Preporučio/la bih kompaniju kao poslodavca	Veruje u strateške prioritete kompanije	Ponosni što su deo kompanije
86%	88%	93%.

Rezultati za **Coca-Cola HBC Srbija**

Preporučio/la bih kompaniju kao poslodavca	Veruje u strateške prioritete kompanije	Ponosni što su deo kompanije
95%	93%	93%.

Rezultati za **Bambi**





ZLATNA KOCA: ZA KOLEGE KOJE NAŠE VREDNOSTI PRIKAZUJU NA DELU

U Coca-Cola HBC Srbija negujemo kulturu u kojoj se dosledno prepoznaje doprinos kolega koji svojim ponašanjem, energijom i angažovanjem svakodnevno unapređuju radno okruženje, čineći ga održivijim, jednostavnijim i prijatnijim za sve.

Zlatna Koca je prilika da se iskaže zahvalnost i priznanje zaposlenima koji žive naše vrednosti i inspirišu svojim primerom. Zaposleni mogu nominovati svoje kolege za neku od četiri kategorije koje predstavljaju temelj kompanijske kulture.

Inicijativa se sprovodi dva puta godišnje – u junu i decembru – i po svakom ciklusu se bira 20 dobitnika, po 5 u svakoj kategoriji, a za dobitnike je predviđena novčana nagrada kao i dodatan slobodan dan. Nominacije se razmatraju uz podršku prethodnih dobitnika i tima za ljude i kulturu, na osnovu broja nominacija i usklađenosti sa vrednostima.

U ciklusu iz 2025. godine pristiglo je više od 400 nominacija, što dodatno potvrđuje snagu kulture prepoznavanja u kompaniji. Novina ovog ciklusa je uvođenje kategorije „Projektni timovi“, koja prepoznaje značaj zajedničkog rada i timskog uspeha.

Zlatna Koca predstavlja više od priznanja za posvećenost našim vrednostima – ona je potvrda uticaja koji kolege imaju u svakodnevnom radu. Dobitnici su ljudi koji inspirišu, pokreću i svojim zalaganjem, energijom i stavom prave razliku u timu i organizaciji.

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



Kompanija Bambi dodelila je godišnje nagrade zasnovane na vrednostima, prepoznajući kolege koji svojim ponašanjem, angažovanjem i svakodnevnom radom najbolje predstavljaju principe na kojima počiva kultura kompanije. Zaposleni su imali priliku da nominuju svoje kolege, a za svaku od kompanijskih vrednosti izabrana su po dva dobitnika kojima je odati priznanje za doprinos, posvećenost i način na koji svojim primerom podstiču druge i potvrđuju da se vrednosti kompanije žive kroz dela.

ZDRAVLJE I BEZBEDNOST

Sistemom bezbednosti i zdravlja na radu obuhvaćene su sve aktivnosti i sva lica u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi - zaposleni, radno angažovani, podizvođači, učenici na praksi, posetioци i sva druga lica koja borave u radnom prostoru.



Sa ponosom ističemo da **tokom rekonstrukcije Pogona 1** kompanije Bambi, koja je završena u **2025.** godini i u kojoj je učestvovalo **više od 31.000 izvođača radova**, nije zabeležena **nijedna povreda na radu**.

Strategija zaštite zdravlja i bezbednosti na radu sastavni je deo godišnjeg procesa planiranja poslovanja i programa merenja učinka. Pored punog poštovanja zakonske regulative, aktivno razvijamo i naše interne standarde u ovoj oblasti. Naš pristup i posvećenost definisani su u javno dostupnim politikama, koje je usvojio najviši menadžment: Politikom zaštite zdravlja i bezbednosti na radu kompanije Coca-Cola HBC Srbija, Politikom integrisanog sistema upravljanja kompanije Bambi. Takođe, obe kompanije imaju implementiran i sertifikovan sistem menadžmenta bezbednošću i zdravljem na radu prema zahtevima standarda ISO 45001 i primenjuju standard kompanije Coca-Cola HBC, dok Coca-Cola HBC Srbija primenjuje i TCCC KORE standarde u vezi sa bezbednošću na radu.

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

Kontinuirano radimo na promovisanju kulture bezbednosti i zdravlja na radu, organizujemo sveobuhvatne obuke, uz redovno uključivanje zaposlenih u aktuelne programe posvećene ovoj temi.



ZDRAVLJE I BEZBEDNOST

Svi zaposleni u kompaniji Bambi mogu prijaviti bilo kakvu pojavu koja može ugroziti bezbednost zaposlenih svom nadređenom ili putem i-mejla, kao i kroz aplikaciju putem koje svi zaposleni mogu da prijave umalo povredu i/ili nebezbednu situaciju, kao i da predlože korektivne mere u vezi sa radom. Zaposleni su zaštićeni i motivisani da učestvuju u prijavama koje se odnose na bezbednost kroz sva kompanijska dokumenta (Ugovor o radu, Kolektivni Ugovor).

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

Da bi se procedure adekvatno primenjivale od strane naših zaposlenih, radno angažovanih i posetilaca, moraju biti jasne, dostupne i razumljive. Sve relevantne procedure dostupne su svim zaposlenima na kompanijskom portalu i u štampanoj formi prema potrebama radnog procesa, odnosno na mestima primene. Uz to, sprovodi se niz obuka za zaposlene, sa posebnim fokusom na novozaposlene i zaposlene na specifičnim radnim mestima (npr. rad na visini, upravljanje viljuškarom).



ERGONOMSKI DAN – TELO ZAHVALJUJE, POSAO NAPREDUJE

U okviru kampanje Ergonomic Day, Coca-Cola HBC Srbija posvetila je posebnu pažnju ergonomiji radnog mesta, s fokusom i na hibridni model rada, odnosno rad od kuće. Kampanja je obuhvatila edukativni video i priručnik s praktičnim savetima o pravilnom položaju tela, podešavanju stolice i monitora, te značaju redovnih pauza i kretanja tokom radnog dana. Svi zaposleni dobili su i prigodne poklone - ergonomske podloge za miš i kartice sa podsetnikom na ključne ergonomske navike. Na ovaj način, briga o zdravlju prenesena je i van kancelarijskih zidova, direktno u kućna radna okruženja.



U kompaniji Bambi se sprovodi i obuka „Siguran start“, nakon dužeg odsustva zaposlenog s posla ili nakon pauze zbog praznika. Pored opštih obuka, dodatno se sprovode specifične obuke zaposlenih kao što su: rad na visini, upravljanje viljuškarom, bezbednost u saobraćaju, pružanje prve pomoći, obuka za bezbednu vožnju, LOTO obuka za zaključavanje energije.

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija svi novozaposleni moraju proći obuku za bezbedan i zdrav rad, a u okviru obuke radi se i provera znanja putem testa. U 2025. digitalizovan je trening za bezbednost i zdravlje na radu kroz digitalnu platformu za učenje HELO.

BEZBEDNOST POČINJE OD NAS

NEDELJA BEZBEDNOSTI I ZDRAVLJA NA RADU



Nedelja bezbednosti i zdravlja na radu obeležena je aktivacijama na svim lokacijama naših kompanija, u duhu interaktivnosti, timskog učešća i deljenja zajedničkih vrednosti. Ovogodišnje aktivnosti osmišljene su tako da zaposlene angažuju na direktan i upečatljiv način, jer verujemo da se prava kultura bezbednosti ne gradi isključivo kroz pravila i procedure, već kroz iskustva koja ostavljaju trajan utisak.

Zaposleni su učestvovali u raznovrsnim edukativnim igrama i aktivnostima, od igara memorije, X/O formata, pair-matching igara i LOTO igara koje su svaka, na sebi svojstven način, prenosile ključne poruke iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu. Kroz takmičarski i zabavan pristup, složene BZR teme postale su dostupne i bliske svakom zaposlenom, bez obzira na radno mesto ili funkciju.

Važan element kampanje bilo je i prepoznavanje i nagrađivanje doprinosa pojedinaca koji svakodnevno unapređuju bezbednosnu kulturu unutar svojih timova – potvrđujući da su upravo zaposleni najvažniji ambasadori sigurnog radnog okruženja, pa je u sklopu ove nedelje generalni direktor i svečano dodelio BBS diplome, odnosno diplome za unapređenje kulture bezbednosti.

Ove aktivnosti još jednom su pokazale da bezbednost nije samo korporativna obaveza, već vrednost koju gradimo zajedno – kroz svaki razgovor, svaku odluku i svaki radni dan.

Svi zaposleni prolaze i periodični trening iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu najmanje jednom godišnje. Ovaj trening obuhvata upoznavanje sa svim rizicima na radnom mestu i u radnoj okolini, pravila za bezbedan i zdrav rad na visini, bezbedno rukovanje hemikalijama, upravljanje izvođačima radova (radne dozvole), štetan uticaj buke, ručnu manipulaciju teretom, bezbedan rad ručnog viljuškara i bezbednu vožnju viljuškara – teorijski i praktičan trening, bezbedan rad sa električnim instalacijama i elektro rizici, bezbedan i zdrav rad u hladnjači.

Zaposleni prolaze i trening za lock-out/tag-out za rukovodioce i zaposlene, BBS trening, bezbedan rad u zatvorenom prostoru, pružanje prve pomoći, rad sa komprimovanim gasovima, pravilno korišćenje lične zaštitne opreme. Zaposleni koji upravljaju kompanijskim vozilima prolaze i obuku za bezbednu vožnju.

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

Pored toga, Coca-Cola HBC Srbija primenjuje i Pravilnik o bezbednosti i zdravlju na radu, kojim još preciznije definiše pitanja iz ove oblasti.



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

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

Tokom 2025. godine nije bilo nesreća sa fatalnim ishodom, kao ni profesionalnih oboljenja. U kompaniji Bambi zabeleženo je ukupno 12 povreda na radu, od kojih 3 teže povrede. Glavni tipovi povreda su povrede usled padova, spoticanja i klizanja, kontakt sa mašinama i opremom za rad, povrede tokom dolaska i odlaska sa posla, kao i povrede nastale u saobraćaju. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija zabeležene su 3 povrede na radu: 2 povrede na radu radno angažovanih i 1 povreda na radu nezavisnih podizvođača.



Stopa zabeleženih povreda na radu – 2025.	Coca-Cola HBC Srbija	Bambi
Zaposleni	-	1,5%
Radno angažovani	0,37%.	-
Nezavisni podizvođači	1,62%.	-
Stopa povreda sa ozbiljnim posledicama - 2025.	Coca-Cola HBC Srbija	Bambi
Zaposleni	-	0,3%.
Radno angažovani	-	-
Nezavisni podizvođači	-	-



Bezbednost je važna
u svakom trenutku



JEDNAK TRETMAN I MOGUĆNOSTI ZA SVE

Različitost i ljudska prava

Kompanija Coca-Cola HBC Srbija posvećena je poštovanju dostojanstva i prava svih ljudi na koje njeno poslovanje može imati uticaj, uključujući zaposlene, dobavljače, poslovne partnere i lokalne zajednice. Kroz procese dužne pažnje i preventivne mehanizme usklađenosti, kompanija nastoji da identifikuje, spreči i ublaži potencijalne negativne uticaje na ljudska prava u okviru svojih poslovnih aktivnosti i lanca vrednosti.

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

Posebnu pažnju posvećujemo stvaranju inkluzivnog i bezbednog radnog okruženja, zasnovanog na jednakim mogućnostima, zabrani diskriminacije i poštovanju različitosti. Politika obuhvata oblasti kao što su sloboda udruživanja i kolektivnog pregovaranja, bezbednost i zdravlje na radu, zabrana dečjeg i prinudnog rada. Coca-Cola HBC Srbija takođe prepoznaje značaj kontinuiranog dijaloga sa zainteresovanim stranama i lokalnim zajednicama, verujući da se pitanja ljudskih prava najefikasnije rešavaju kroz otvorenu komunikaciju i lokalno relevantne inicijative.

Politika jednakosti kompanije Coca-Cola HBC Srbija zasniva se na principima jednakih mogućnosti, inkluzije i poštovanja različitosti, uz nultu toleranciju prema diskriminaciji, uznemiravanju i bilo kom obliku nejednakog tretmana. Kompanija promoviše radno okruženje u kojem se svi zaposleni vrednuju na osnovu svojih znanja, veština, iskustva i doprinosa, bez obzira na pol, starost, nacionalnu pripadnost, invaliditet, seksualnu orijentaciju, verska ili politička uverenja i druga lična svojstva. Kroz politike zapošljavanja, razvoja karijere, nagrađivanja i stručnog usavršavanja, nastojimo da obezbedimo pravičan pristup mogućnostima za profesionalni razvoj i aktivno podstičemo kulturu međusobnog poštovanja i saradnje.

Prepoznavamo da raznolikost zaposlenih doprinosi inovativnosti, kvalitetnijem donošenju odluka i dugoročno održivom poslovanju, zbog čega kontinuirano radimo na unapređenju inkluzivne organizacione kulture i osnaživanju zaposlenih da slobodno izražavaju svoje stavove i potencijale. Posebna pažnja posvećena je stvaranju bezbednog i podsticajnog radnog okruženja, kao i razvoju



Rodna ravnopravnost i osnaživanje žena sastavni su deo naše posvećenosti stvaranju inkluzivnog radnog okruženja, a posebno nam je važno da primere dobrih praksi na ovu temu otvoreno delimo sa zajednicom.

O tome je govorila i naša koleginica Kristina Oravec, menadžerka direktne nabavke, na IV Regionalnoj konferenciji o transportu, logistici i lancima snabdevanja, gde je istakla značaj jednakih prilika i razvoj žena u sektorima koji se tradicionalno smatraju muškim. Kroz konkretne primere iz prakse, predstavila je programe razvoja liderstva u našoj kompaniji koji doprinose većoj zastupljenosti žena na liderskim pozicijama i jačanju inkluzivne kulture.

liderstva zasnovanog na odgovornosti, poverenju i jednakom tretmanu svih zaposlenih. Politika jednakosti primenjuje se na sve nivoe poslovanja kompanije, dok se od menadžmenta i zaposlenih očekuje aktivna uloga u njenom sprovođenju i promovisanju vrednosti inkluzije i jednakosti u svakodnevnom radu.

Politikom ljudskih prava i Politikom jednakosti kompanije Coca-Cola HBC Srbija ustanovljene su formalne žalbene procedure za slučajeve potencijalnog kršenja prava zaposlenih. Zaposleni mogu postaviti pitanja ili prijaviti povrede politika lokalnom rukovodstvu, odeljenju za ljudske resurse ili pravnoj službi. U zavisnosti od tipa žalbe, postoji ili lice za podršku (u slučaju zlostavljanja) ili mogućnost izjašnjenja (disciplinski postupak). Takođe, i zaposleni Coca-Cola HBC Srbija i zaposleni Bambija putem „Reci!“ linije anonimno mogu da iznesu bilo koju zabrinutost ili sumnju. Svaki upit zaposlenih pažljivo se razmatra, a cilj svih žalbenih mehanizama je da omoguće otvorenu i poverljivu komunikaciju sa zaposlenima, otklanjajući mogućnost pojave osvetoljubivog ponašanja za prijavljivanje primećenog nepoštovanja politika.

Tokom 2025. godine nije bilo zabeleženih slučajeva diskriminacije, kao ni podnetih žalbi u vezi sa ljudskim pravima.

Razvoj zaposlenih

Zaposlenima pružamo različite interne i eksterne programe obuke koji im pomažu da razviju neophodne funkcionalne veštine za obavljanje posla, kao i leaderske veštine. Uvid u razvojne potrebe i dosadašnji napredak zaposlenih pratimo tokom godine kroz proces procene profesionalnog učinka, kroz koji je tokom 2025. godine prošlo 99% zaposlenih kompanije Coca-Cola HBC Srbija, izuzimajući kolege i kolegice koji su na dugoročnim bolovanjima ili porodijskom odsustvu, kao i 100% zaposlenih kompanije Bambi.

U kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi se procesu upravljanja profesionalnim učinkom zaposlenih (Performance 4 Growth) pristupa na celovit način, uzimajući u obzir perspektivu zaposlenih i njihovih rukovodilaca. Dva puta godišnje pravi se osvrt na rezultate i načine na koji su oni ostvareni, imajući u vidu vrednosti kompanije i povratne informacije od koleginica i kolega. Tokom 2025. godine u kompaniji Bambi pojednostavljen je proces upravljanja učinkom zaposlenih, uz fokus na ključne elemente učinka iz prethodnog perioda, i na dolazeće prioritete. U kompanijama se sprovede edukacije o procesu pregleda učinka za sve zaposlene, sa dodatnim akcentom na obuku rukovodilaca i novozaposlenih. Kroz Talent Review proces planiraju se naslednici za ključne pozicije, uz jasan karijerni put i individualne razvojne planove, kao i Talent stay conversations – redovni razgovori sa talentima sa ciljem njihovog zadržavanja u organizaciji. Pokrivenost ključnih pozicija naslednicima u 2025. iznosila je 68% i 67% za Bambi i Coca-Cola HBC Srbija.

Kompanija Coca-Cola HBC Srbija podržava profesionalni rast svojih zaposlenih kroz mnogobrojne specijalizovane razvojne programe. Dodatan akcenat stavljen je na razvojnu inicijativu Field Sales Growth Hub, usmerenoj na razumevanje karijernih aspiracija, snaga i razvojnih potreba zaposlenih u prodaji, sa ciljem kreiranja personalizovanih razvojnih planova za sve učesnike. Dugogodišnja tradicija sprovođenja programa za razvoj rukovodilaca nastavljena je u 2025, na čelu sa Passion 2 Lead programom namenjenom rukovodiocima koji prvi put vode timove, kao i Fast Forward programima usmerenim na pospešivanje ubrznog rasta talenata u kompaniji - u 2025. program je upisalo ili završilo 22 zaposlenih.

Jačanje mentalnog zdravlja. Zajedno, inkluzivno. Osnažujuće.



Coca-Cola HBC Srbija pridružila se programu Radne prakse za mlade sa invaliditetom, koji Forum mladih sa invaliditetom sprovodi u okviru nacionalne inicijative E2E – Znanjem do posla.

Obezbeđivanjem dvomesečne prakse za mladog kandidata do 35 godina, kompanija se pridružila mreži poslodavaca koji aktivno doprinose inkluzivnom zapošljavanju kroz konkretno radno iskustvo. Ovim korakom nastavljamo da gradimo radno okruženje u kojem se različitosti prepoznaju kao snaga.

Kada talenat sretne priliku - razvojni programi u Bambiju

Liderstvo u Bambiju gradi se kroz kontinuiran razvoj i sistematsko ulaganje u programe koji podržavaju zaposlene u različitim fazama karijere.

Tako su, tokom 2025. godine, kolege koje prvi put preuzimaju leaderske uloge učestvovali u programu Passion 2 Lead, koji im pruža osnovne alate i podršku za uspešno vođenje timova. Kroz Fast Forward 1 i Fast Forward 2 programe prošlo je 12 kolega iz različitih funkcija, dok su iskusni lideri dodatno unapređivali svoje strateške i leaderske veštine kroz LEAP program.

Bambi Sales Akademija je tokom 2025. godine unapređena kroz savremene, interaktivne pristupe učenju, pri čemu su gejmfikacija i in-class biznis simulacije omogućile kolegicama i kolegama iz prodaje da prodube razumevanje potreba kupaca i finansijskih aspekata poslovanja. Dodatno, troje kolega uspešno je prošlo kroz Regionalni BD Development program koji sprovodimo u saradnji sa Coca-Cola HBC Srbija i Pivarom Skopje.



Digitalne inovacije u službi razvoja zaposlenih: Metaverse i Negotiation Room

Razvoj zaposlenih jedan je od ključnih prioriteta u Coca-Cola HBC Srbija, zbog čega kontinuirano ulažemo u savremene alate i metode učenja koji zaposlenima omogućavaju da razvijaju veštine kroz praktično iskustvo i simulacije realnih poslovnih situacija.

Tokom godine nastavili smo da unapređujemo programe razvoja koristeći inovativna digitalna rešenja, uključujući Metaverse platformu za obuku Business Developera i Negotiation Room namenjen razvoju pregovaračkih veština. Ova okruženja omogućavaju zaposlenima da u bezbednom i podsticajnom prostoru testiraju različite pristupe, usvajaju nova znanja i stiču samopouzdanje pre primene veština u svakodnevnom radu.

Kombinovanjem tehnologije, iskustvenog učenja i stručnog razvoja, jačamo kompetencije naših timova i gradimo kulturu kontinuiranog učenja, prilagodljivosti i inovacija. Na taj način podržavamo profesionalni razvoj zaposlenih i doprinosimo dugoročno održivom poslovnom uspehu kompanije.



U cilju jačanja leaderske pozicije u konditorskoj industriji, zaposleni kompanije **Bambi u martu 2025. godine posetili su Sjedinjene Američke Države**, gde su se upoznali sa najnovijim tehnologijama i industrijskim praksama. Ovo iskustvo predstavlja važan segment ulaganja u razvoj zaposlenih, kao i u kontinuiranu težnju ka inovacijama, unapređenju procesa i razvoju proizvoda koji postavljaju nove standarde u industriji.

Svim zaposlenima unutar kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, dostupna je platforma za učenje u vidu e-learninga, koja im omogućava da u bilo kom trenutku pristupe treninzima koji pokrivaju širok spektar tema.



Coca-Cola HBC Srbija	Ukupan broj sati obuke	Prosečan broj sati obuke godišnje po zaposlenom
2025.	21.853	18,39

Coca-Cola HBC Srbija	Ukupan broj sati obuke prema polu		Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu	
	muškarci	žene	muškarci	žene
2025.	16.232	5.621	19	16,82

Bambi	Ukupan broj sati obuke	Prosečan broj sati obuke godišnje po zaposlenom
2025.	3.747	5,34

Bambi	Ukupan broj sati obuke prema polu		Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu	
	muškarci	žene	muškarci	žene
2025.	2.059	1.688	7,12	4,09

O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

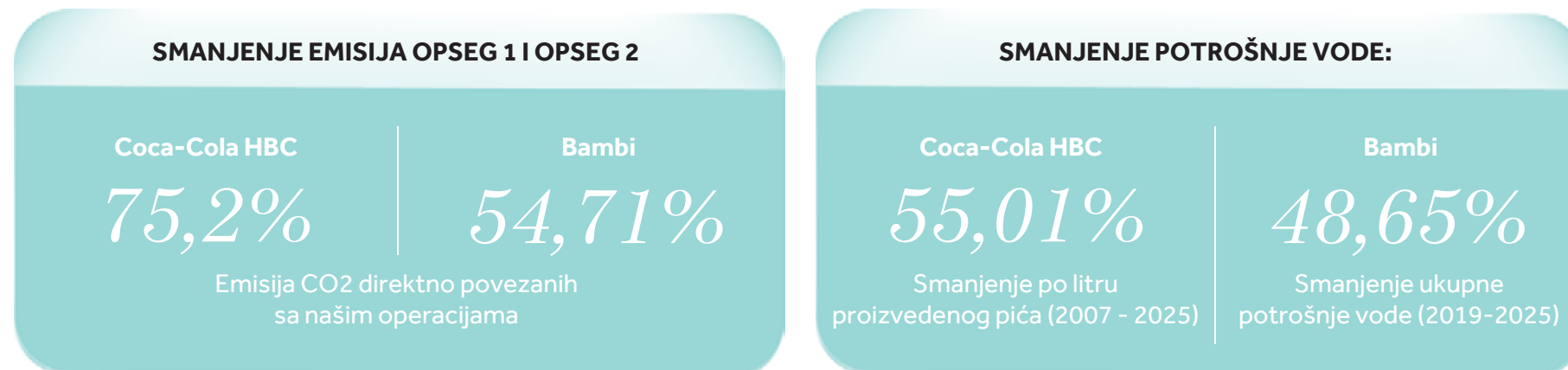
GRI indeks

ŽIVOTNA SREDINA

DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



KLJUČNE AKTIVNOSTI I REZULTATI U 2025. GODINI:



Unapređenje kvaliteta i pouzdanosti našeg izveštavanja o životnoj sredini ostaje važan deo našeg pristupa upravljanju uticajima. U skladu sa tim, izveštaj za 2025. godinu po prvi put uključuje nezavisnu verifikaciju treće strane za odabrane pokazatelje (GRI 303-4, 303-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-5, 306-4 i 301-1 samo za Coca-Cola HBC Srbija).

Coca Cola HBC Srbija i Bambi angažovali su LRQA da sprovede proces nezavisne provere u skladu sa GRI standardima, internom procedurom LRQA i međunarodnim principima kao što su ISO 14064 3 i ISAE 3000.

LRQA je procenjivao tačnost i pouzdanost podataka koji se odnose na emisije gasova sa efektom staklene bašte (Opseg 1, 2 i 3), smanjenje emisija u odnosu na baznu godinu, potrošnju i ispuštanje vode, količine otpada preusmerene na ponovnu upotrebu, kao i količine upotrebljenog materijala samo za Coca Cola HBC Srbija.

LRQA je, u okviru verifikacije sprovedene na nivou ograničenog uverenja i u skladu sa definisanim kriterijumima i relevantnim međunarodnim principima, potvrdio da nisu identifikovana odstupanja od utvrđenih zahteva.

PRISTUP UPRAVLJANJU



U kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, strategija i ciljevi zaštite životne sredine uključeni su u sve procese, uključujući poslovno planiranje i razvoj kompetencija naših zaposlenih. Naš pristup smanjenju uticaja na životnu sredinu podrazumeva

stalno razmatranje mogućnosti za unapređenja u čitavom lancu vrednosti, i postavljanje merljivih ciljeva čije se ispunjenje redovno prati. Uz to, kroz stalnu saradnju sa našim poslovnim partnerima i svim drugim zainteresovanim stranama, razvijamo inovacije i održiva rešenja.

Ovakav sistemski način upravljanja zaštitom životne sredine definisan je u našoj [Politici zaštite životne sredine](#), i potvrđen sertifikatom ISO 14001 koji poseduju i Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Druge relevantne politike koje se odnose na ovu oblast su [Politika o klimatskim promenama](#) i [Politika upravljanja vodnim resursima](#), dok se u Coca-Cola HBC Srbija primenjuje i [Politika upravljanja ambalažnim otpadom](#).

U upravljanje zaštitom životne sredine, koje obuhvata upravljanje ugljeničnim otiskom, ambalažom, proizvodnim otpadom i vodnim resursima, u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija uključena su odgovorna lica na sledećim pozicijama:

• Direktor lanca snabdevanja

- **Menadžer nabavke**
- **Menadžeri punionica**
 - Menadžer održavanja i rezervnih delova
 - Projektni inženjer fabrike
 - Menadžer proizvodnje za primarne procese
 - Menadžer kvaliteta, bezbednosti i životne sredine u punionici
- **Menadžer za kvalitet, bezbednost i životnu sredinu (na nivou poslovne jedinice)**
 - Menadžer za zaštitu životnu sredine
- **Menadžer inženjeringa na nivou zemlje**
- **Menadžer logistike**
 - Menadžer distribucije i voznog parka
 - Menadžer službe upravljanja opremom

• Direktor korporativnih poslova i održivosti

- Menadžer za regulatorne poslove
- Menadžer za partnerstvo sa zajednicom

Dok su u kompaniji Bambi u upravljanje zaštitom životne sredine uključena odgovorna lica na sledećim pozicijama:

• Direktor operacija

- Menadžer proizvodnog pogona
- Menadžer proizvodnje
- Menadžer inženjeringa, održavanja i opreme
- Menadžer projekata i investicije
- Menadžer kvaliteta, bezbednosti zdravlja na radu i životne sredine
- Menadžer logistike i servisa kupaca
- Menadžer za regulatorne poslove

• Menadžer korporativnih poslova i održivosti

- Menadžer za partnerstvo sa zajednicom

Naše poslovanje u potpunosti je usklađeno sa važećim zakonima i propisima o zaštiti životne sredine. Interne i eksterne zainteresovane strane mogu podneti prigovore u vezi sa životnom sredinom putem zvaničnog i-mejla i telefona dostupnih na veb sajtu obe kompanije, a tokom 2025. na ovaj način nije upućen ni jedan prigovor.



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

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



Potrošnja vode					Potrošnja energije					Generisan otpad					Recikliran otpad					
L/L proizvedenog pića					MJ/ L proizvedenog pića					g/ L proizvedenog pića					%					
	Srbija	Beograd	Vlasina	Neresnica	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasina	Neresnica	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasina	Neresnica	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasina	Neresnica	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%
2025	1,450	1,54	1,26	1,48		0,25	0,30	0,13	0,44		5,95	7,24	0,44	4,77		99,97%	100,00%	99.85%	99.24%	
2007 vs 2025	-55,01%	-36,46%	-14,06%	-11,51%		-59,22%	-41,81%	-38,24%			-51,76%	-40,97%	-42,05%			16,0%	10,8%	35,83%		

O nama

Tržište

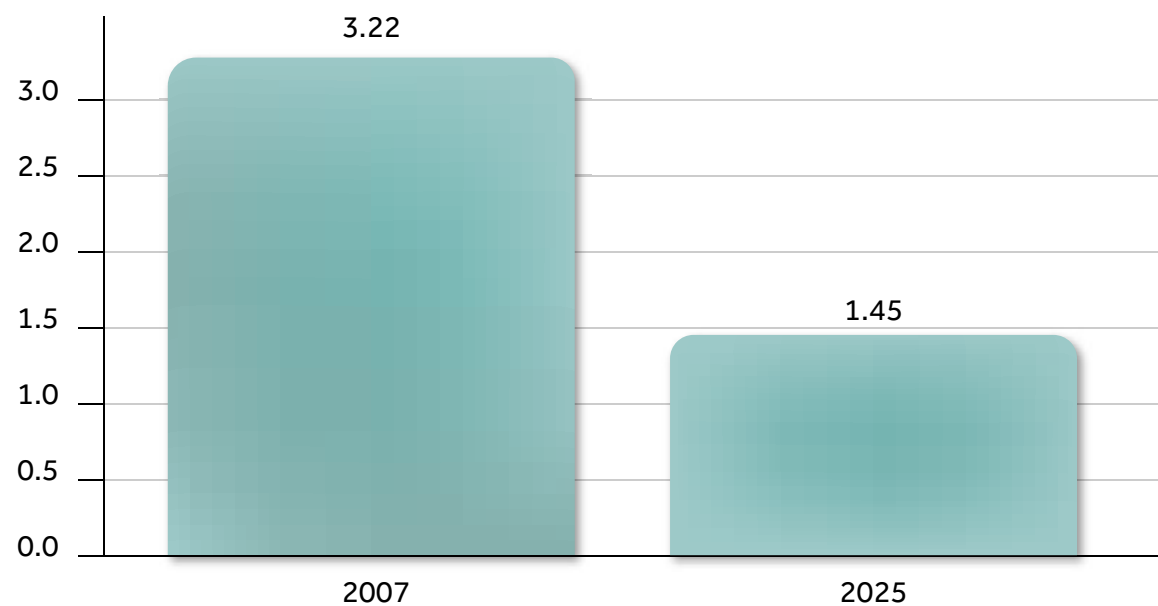
Naši ljudi

Životna sredina

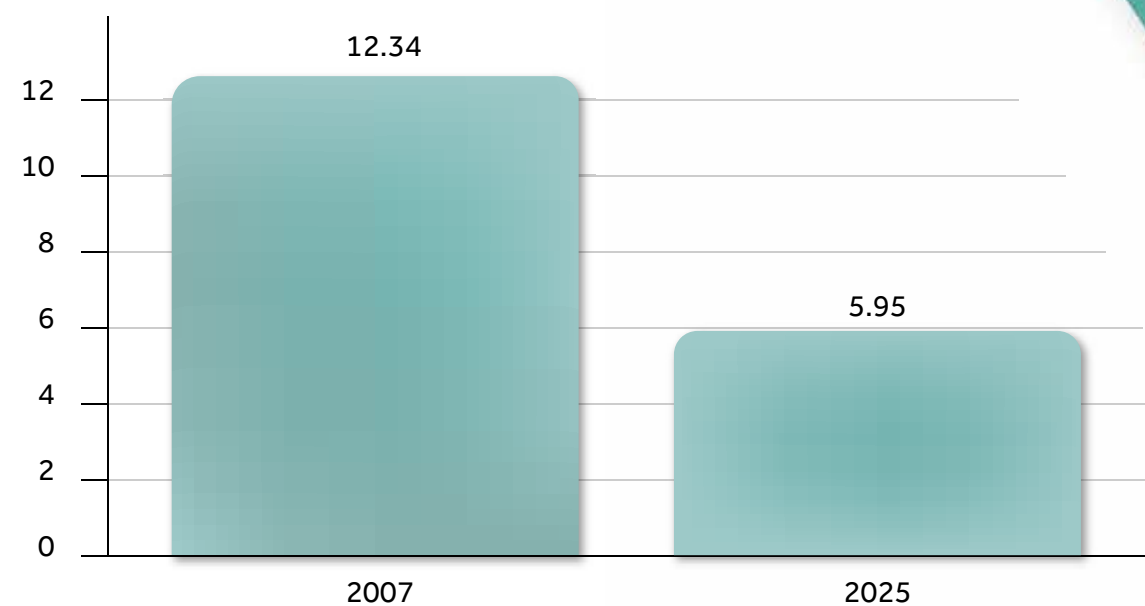
Zajednica

GRI indeks

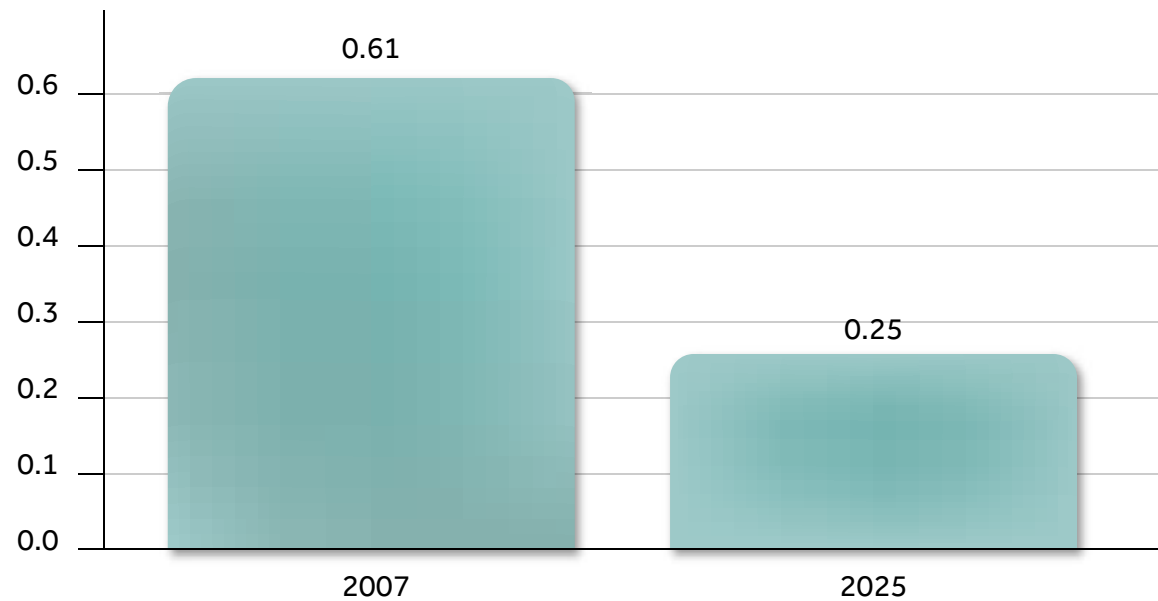
Potrošnja vode
L/L proizvedenog pića



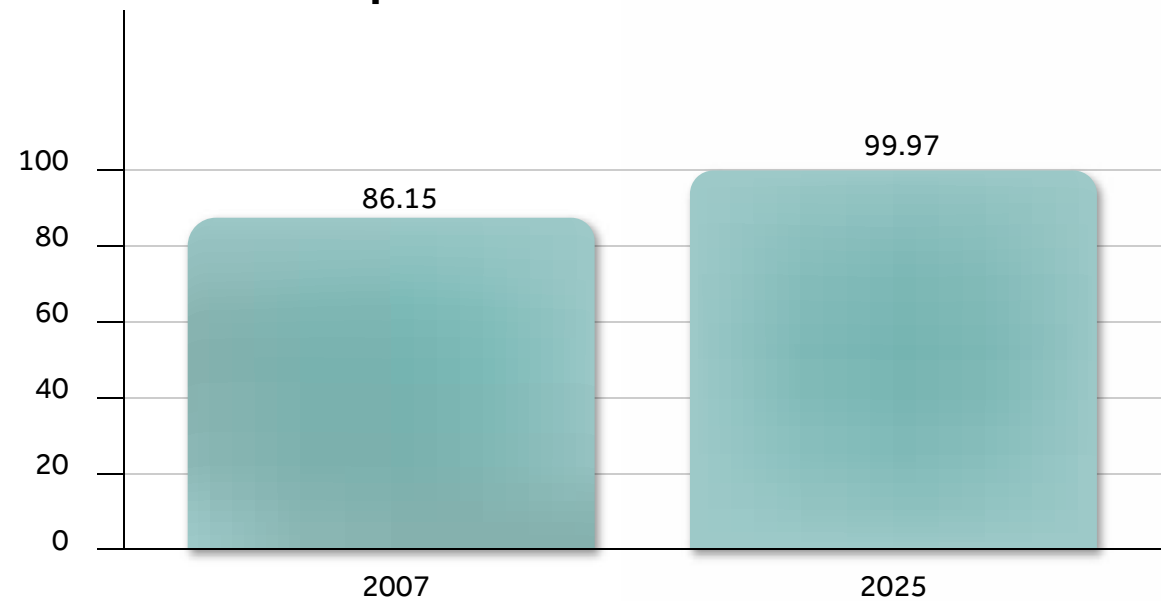
Generisan otpad
g/L proizvedenog pića



Potrošnja energije
MJ/L proizvedenog pića



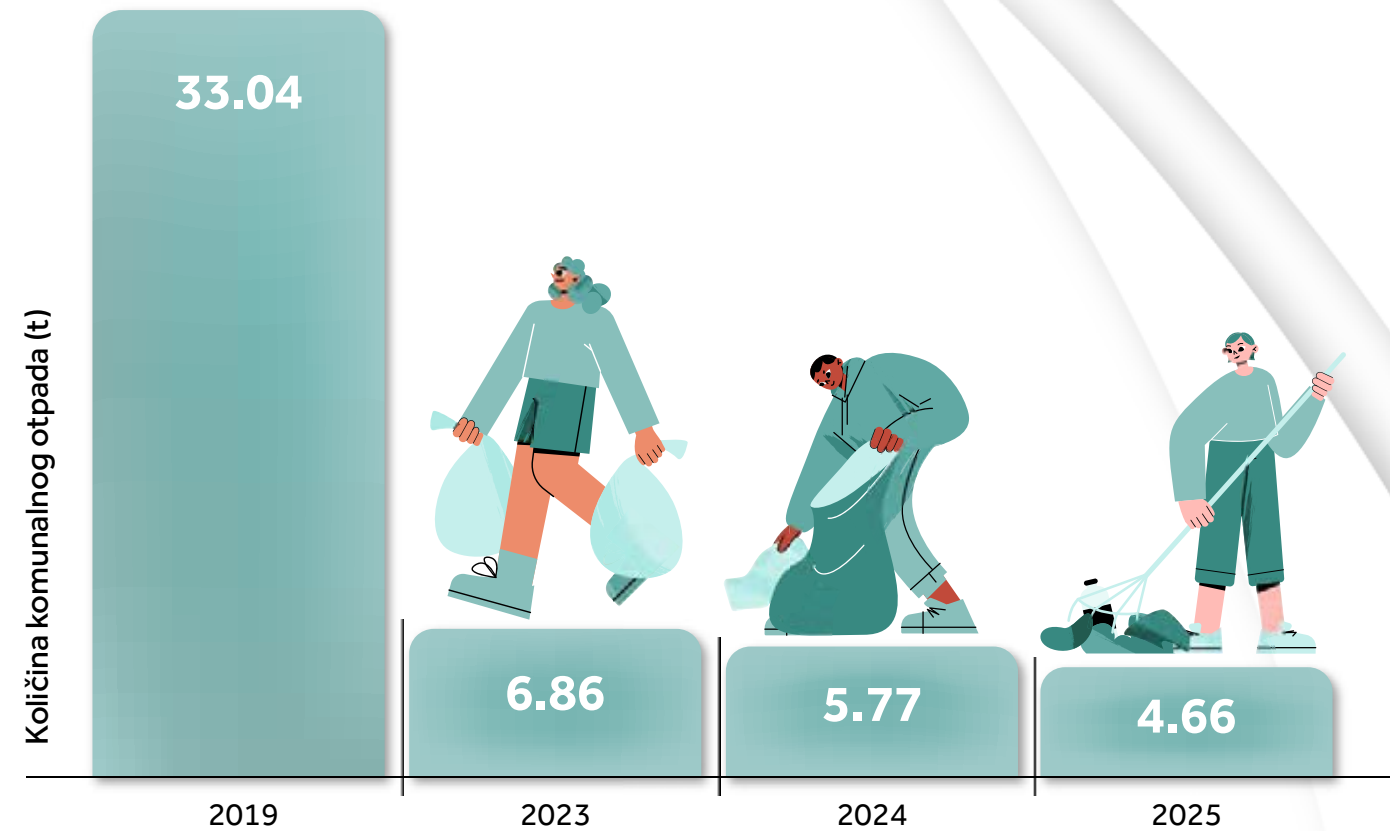
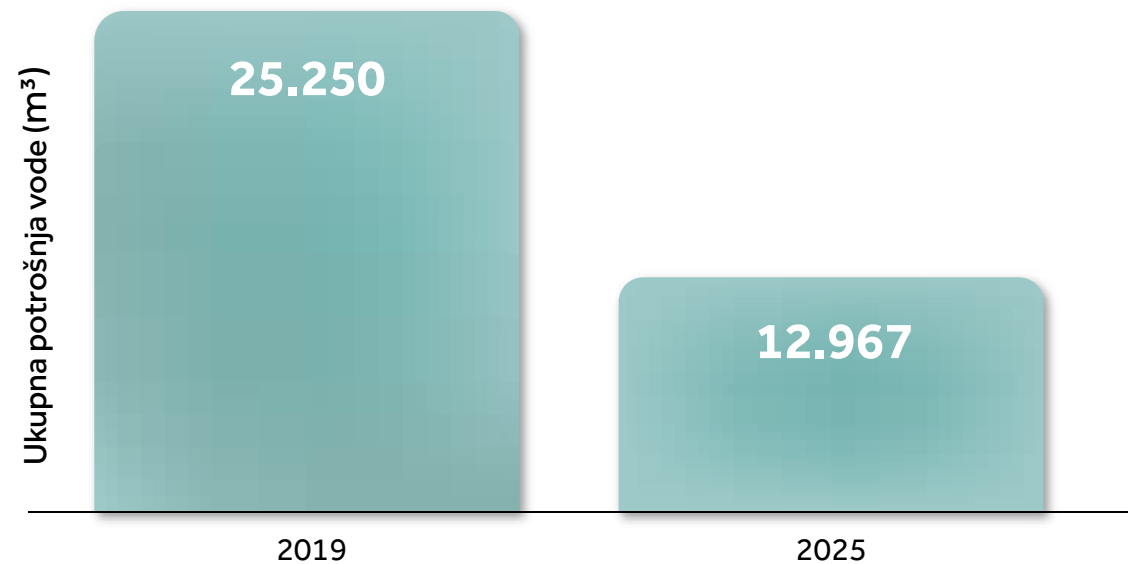
Recikliran otpad %



Dati parametri se prate na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou, i o njima se izveštava viši menadžment, kao i Coca-Cola HBC Grupa. U planiranje i računanje navedenih ekoloških parametara uključeni svi procesi u punionicama - administracija, proizvodnja i skladištenje, kao i distributivni centri.

Bambi prati sledeće parametre, po toni proizvoda:

- Specifična potrošnja vode (m³/t)
- Ukupna potrošnja vode (m³)
- Ukupne količine generisanog otpada na lokaciji fabrike i van lokacije fabrike (t)
- Ukupna potrošnja energije (kWh)
- Udeo zbrinutog otpada sa lokacije fabrike (%)
- Količina komunalnog otpada (t)
- CO₂ emisije (tCO₂e)



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

KLIMATSKE PROMENE

Klimatske promene predstavljaju jedan od najznačajnijih izazova današnjice. S obzirom na prirodu našeg poslovanja i povezanost sa složenim lancem vrednosti, prepoznamo ih i kao jedan od ključnih faktora koji mogu uticati na dugoročnu otpornost i održivost našeg poslovanja. Zato klimatske promene integrišemo u procese strateškog planiranja, upravljanja rizicima i investicionog odlučivanja, kako bismo pravovremeno odgovorili na izazove i doprineli tranziciji ka ekonomiji sa niskim emisijama ugljenika.

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

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



Rosa Vlasinka - ESG lider u zaštiti životne sredine 2025

Punionica Rosa vode Vlasinka osvojila je nagradu „ESG lideri 2025“ u kategoriji Strategija – zaštita životne sredine, na konkursu koji organizuje PwC Srbija. Ovo priznanje dodeljeno je za strateški i dosledan pristup u borbi protiv klimatskih promena, kao i za konkretne rezultate koje smo zajedno postigli – u konkurenciji više od 100 kompanija.

Od 2017. do 2025. godine emisije GHG gasova smanjene su za 59%, uz verifikaciju kalkulacije kroz ISO 14064 sertifikat. Sprovedena je i inicijativa „Nula otpada na deponiji“, a svaka investicija u energiju iz obnovljivih izvora i efikasnu opremu doprinosi cilju da do 2040. dostignemo neto nultu emisiju CO₂.



UPRAVLJANJE UGLJENIČNIM OTISKOM

Coca-Cola HBC Grupa se obavezala da će do 2040. godine (*NetZero by 40*) svesti direktne emisije gasova sa efektom staklene bašte na apsolutni minimum, dok ćemo u saradnji sa dobavljačima partnerski raditi da eliminišemo 90% ugljeničnog otiska poreklom od trećih strana. Gde god nije moguće u potpunosti eliminisati emisije gasova sa efektom staklene bašte, njihov efekat će biti umanjen ili u potpunosti uklonjen kroz investicije u druge mere zaštite od klimatskih promena. Do 2030. godine plan je da se emisije iz lanca vrednosti umanje za 25%, odnosno za dodatnih 50% u narednoj dekadi.

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

Od 2025. godine, radi usklađivanja na nivou Coca-Cola HBC Grupe, i usklađivanja sa SBTi metodologijom, koristimo izmenjenu metodologiju obračuna CO2 emisija, i 2019. kao baznu godinu.

SBTi (Science Based Targets initiative) predstavlja globalno priznati okvir za postavljanje ciljeva smanjenja emisija gasova sa efektom staklene bašte u skladu sa naučnim preporukama i ciljevima Pariskog sporazuma. Primena ove metodologije omogućava kompanijama da definišu jasne, merljive i dugoročne planove dekarbonizacije, uz podsticanje energetske efikasnosti, inovacija i održivijeg poslovanja.



Do kraja 2025. godine, Coca-Cola HBC Srbija smanjila je emisije iz Opsega 1 i 2 za 75,2%, a u sva tri Opsega naše apsolutne emisije smanjene su za 12,7% u poređenju sa 2019. godinom.

U fabrici Vlasnika je tokom 2023. godine, kao deo NetZero strategije, implementiran i sertifikovan ISO 14064 standard koji potvrđuje i preciznost kalkulacije CO2 emisija, i koji se od tada resertifikuje svake godine.



Coca-Cola HBC Srbija	Jedinica	Opis	Opseg
722.528	000 litara	ukupna proizvodnja	Opseg 1
2.349	tona	CO2 iz punionica	
3.741	tona	CO2 iz voznog parka	
52	tona	rashladni medijum u rashladnoj opremi i mašinama	
1.336	tona	karbonizacija proizvoda (gubici)	
4	tona	CO2 iz potrošnje goriva distributivnih centara	
0,0	tona	CO2 iz kupljene el.energije	Opseg 2
267	tona	CO2 iz potrošnje el.energije distributivnih centara	
3.612	tona	CO2 u proizvodu	Opseg 3
48.354	tona	CO2 iz potrošnje elektične energije u rashladnoj opremi i mašinama	
9.751	tona	ukupna CO2 emisija iz transporta treće strane	
81.875	tona	CO2 iz primarnog pakovanja	
8.040	tona	CO2 iz sekundarnog pakovanja	
5.371	tona	Emisije CO ₂ iz voćnih koncentrata – NONFLAG kategorija**	
8.789	tona	Uzvodne emisije CO2 – Energija korišćena u pogonima	
1.193	tona	Uzvodne emisije CO2 – Gorivo za vozni park	
79	tona	Uzvodne emisije CO2 - Energija korišćena u iznajmljenim prostorima	
52	tona	Emisije CO2 – ambalaža - FLAG kategorija*	
43.294	tona	Emisije CO2 – sirovine - FLAG kategorija*	
11.724	tona	Emisije CO2 na kraju životnog ciklusa (ukupno)	
36.717	tona	CO2 iz šećera i zaslađivača	
9	tona	CO2 iz potrošnje goriva u iznajmljenim prostorima	
516	tona	CO2 iz potrošnje električne energije u iznajmljenim prostorima	
267.124		UKUPNO OPSEG 1+2+3	

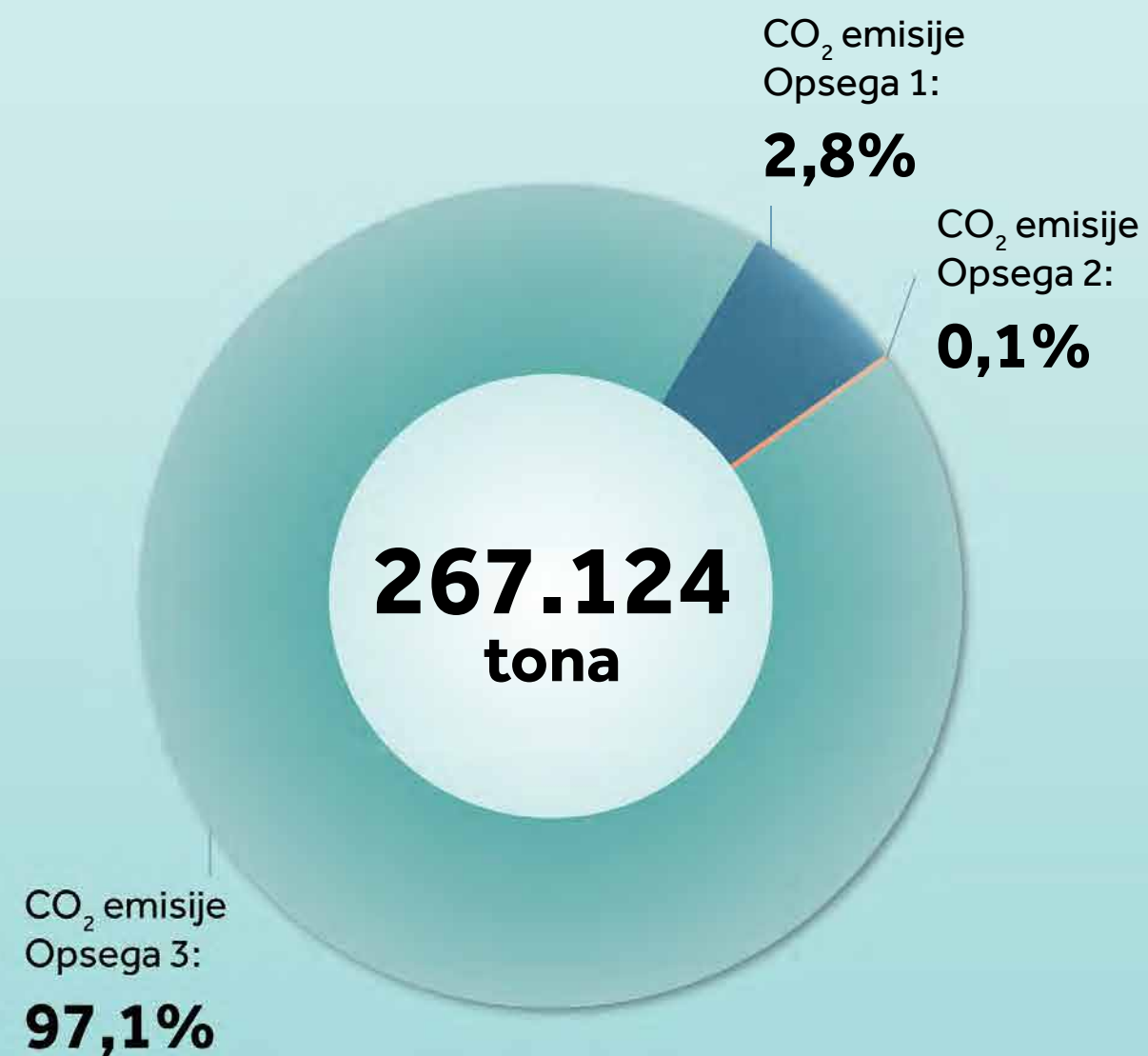
*FLAG (Forest, Land and Agriculture) kategorija obuhvata emisije povezane sa poljoprivredom, korišćenjem zemljišta i poljoprivrednim sirovinama, kao što su šećer, voćni koncentрати i drugi poljoprivredni proizvodi.

**NON-FLAG obuhvata sve ostale emisije u lancu vrednosti, uključujući energiju, ambalažu, transport, logistiku i druge poslovne aktivnosti.

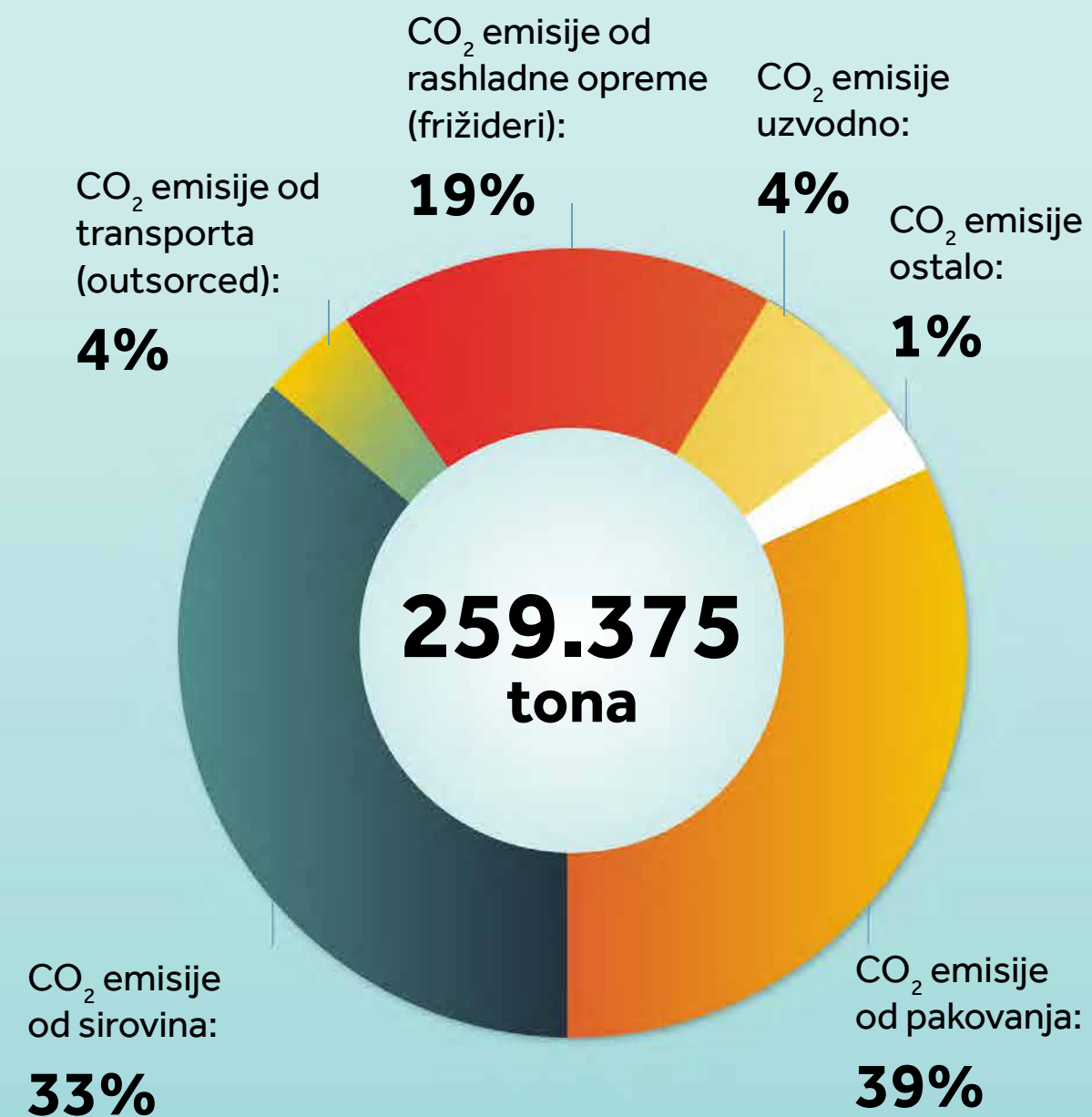


Coca-Cola HBC Srbija

Udeo emisija po Opsegu (Opseg 1+2+3)



CO₂ emisije Opsega 3 po kategorijama



Kompanija Bambi se svojim ciljevima održivosti do 2030. godine obavezala na smanjenje ukupne GHG emisije za 25%. Jedan od programa usmerenih na ostvarenje ovog cilja je upotreba 100% zelene energije na lokaciji fabrike.



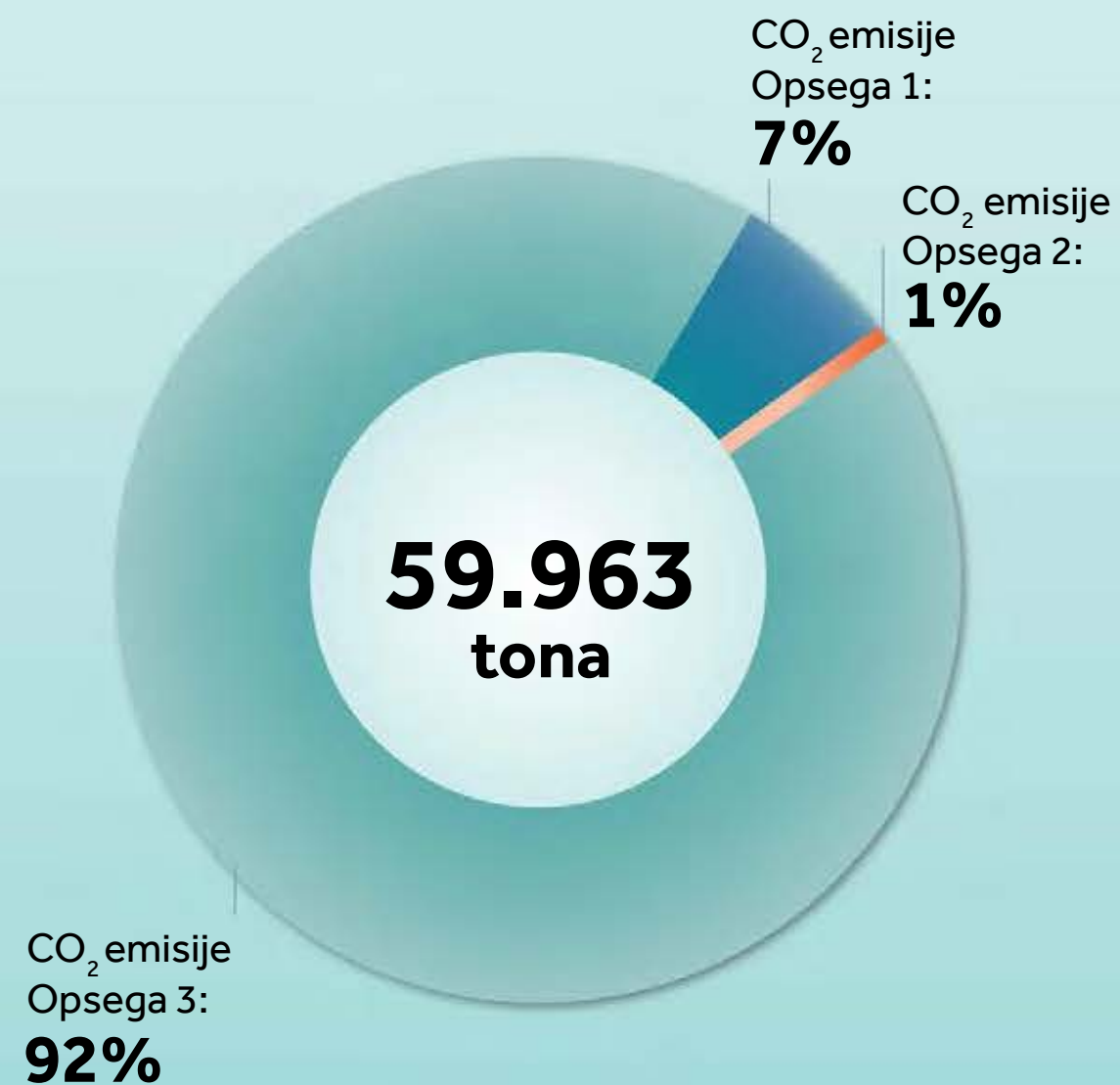
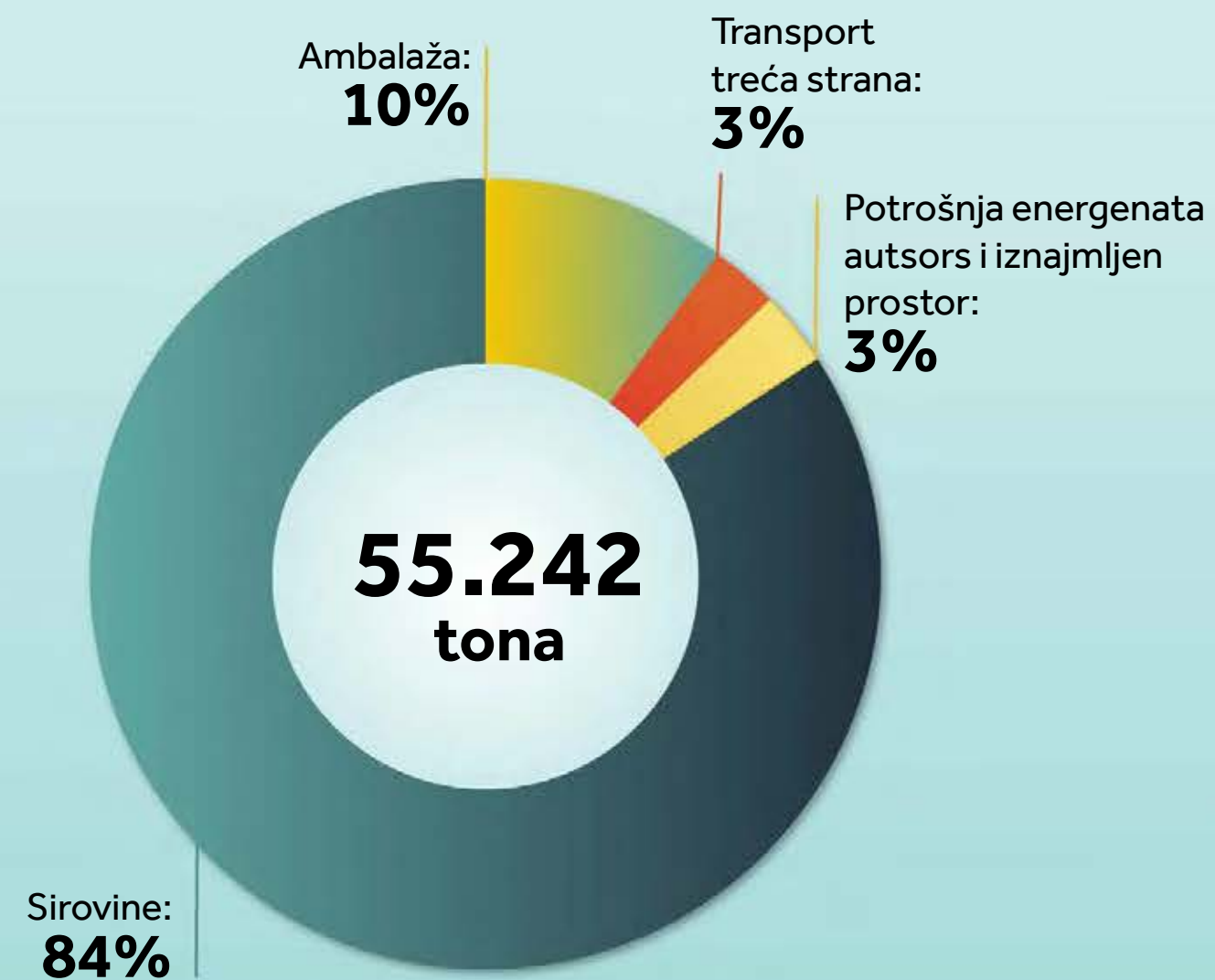
U 2025. došlo je do smanjenja Opseg 1 i 2 za 54,71 % i total GHG emisije Opseg 1, 2 i 3 za 6,69 % u odnosu na baznu 2019.godinu.

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

Bambi	Jedinica	Opis	Opseg
2.829	000 litara	CO ₂ iz potrošnje prirodnog gasa	Opseg 1
880	tona	CO ₂ iz voznog parka	
629	tona	CO ₂ iz upotrebe rashaltnih medijuma	
33	tona	CO ₂ iz potrošnje goriva (ostalo)	
0	tona	CO ₂ iz kupljene el.energije	Opseg 2
106	tona	CO ₂ iz potrošene el.energije skladištenje	
244	tona	CO ₂ iz potrošnje toplovodne energija	
46.167	tona	CO ₂ iz sirovina	Opseg 3
5.574	tona	CO ₂ iz pakovanja	
1.564	tona	CO ₂ iz transporta treće strane	
868	tona	CO ₂ iz potrošene el.energije treće strane (autsors)	
223	tona	CO ₂ iz potrošene el.energije u iznajmljenim prostorima	
833	tona	CO ₂ iz potrošnje prirodnog gasa treće strane (autsors)	
0	tona	CO ₂ iz upotrebe rashaltnog medijuma u iznajmljenim prostorima	
9	tona	CO ₂ iz nastalog otpada	
3	tona	CO ₂ iz snabdevanja vodom	
1	tona	CO ₂ iz nastalih otpadnih voda	
59.963	tona		UKUPNO OPSEG 1+2+3

Bambi

Udeo emisija po Opsegu (Opseg 1+2+3)

CO₂ emisije Opsega 3 po kategorijama

DIREKTNE OPERACIJE

Uticaje našeg poslovanja smanjujemo pre svega kroz održivo korišćenje energije. Naš pristup podrazumeva unapređenje energetske efikasnosti, prelazak na čistije izvore energije i primenu novih nisko karbonskih tehnologija.

Najveća potrošnja energije u poslovanju Coca-Cola HBC Srbija dolazi iz punionica, voznog parka i raskladne opreme.

Ukupna potrošnja energije u Coca-Cola HBC Srbija po litru proizvedenog pića u periodu od 2007. do 2025. godine smanjena je za **59,22%**.



U 2025. sprovedene su brojne akcije, usmerene na smanjenje potrošnje energije i smanjenje emisija:

- ✦ Primena sistema sterilnog vazduha na jednoj PET liniji u punionici u Beogradu
- ✦ Ugradnja generatora azota i upotreba na liniji za limenke u Beogradu
- ✦ Fotonaponski paneli u punionici u Beogradu
- ✦ HVAC sistem u punionici Vlasinka
- ✦ Termoizolacija zidova u punionici Vlasinka
- ✦ Zamena 6 dizel kamiona, kamionima na LNG/CNG pogon u okviru logističkih operacija trećih strana (3PL)
- ✦ Pilot projekat iznajmljivanja električnog dostavnog vozila za distribuciju u centralnim gradskim zonama Beograda



Coca-Cola HBC Srbija

Direktna potrošnja energije 2025.	Jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Ukupno
Električna energija	MWh	25.758,61	9.157,73	1.574,94	36.491,28
Lož-ulje (light oil)	l	11.949,00	0,00	8.333,00	20.282,00
Prirodni gas	m³	1.178.821,00	0,00	98.505,00	1.277.326,00
Benzin	l	48,30	120,75	0,00	169,05
Dizel	l	29,38	401,00	0,00	430,38
Ukupna energija	GJ	135.052,19	32.987,71	9.492,03	177.531,93

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



Bambi

Direktna potrošnja energije 2025.	Jedinica	
Električna energija	kWh	7.504.353,50
Prirodni gas	kWh	15.716.587,00
Toplovodna	kWh	851.500,00
Ukupna energija	GJ	86.660,79

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

U Kompaniji Bambi se takođe koristi električna energija koja je 100% iz obnovljivih izvora što je potvrđeno Garancijom porekla, odnosno „Zelenim sertifikatom“ koji izdaje EPS.



NAŠ VOZNI PARK

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi postavile su cilj da do 2030. godine u potpunosti imaju „zeleni“ vozni park, upotrebom vozila na hibridni, poluhibridni i električni pogon.

Potrošnja goriva, emisija gasova i pređena kilometraža prate se za sva vozila voznog parka Coca-Cola HBC Srbija, koji čine laka putnička vozila (ne uključujući teretna vozila, koji su u vlasništvu druge kompanije). Potrošnja goriva se prati i po svakom vozilu pojedinačno, kao i po zaposlenima kojima je dodeljen službeni automobil, a izveštaji tog praćenja se mesečno dostavljaju rukovodstvu. Mesečno šaljemmo podatke Coca-Cola HBC Grupi za prosečnu potrošnju goriva, pređenu kilometražu, gde se preračunava i emisija ugljen-dioksida. U cilju dalje dekarbonizacije i „ozelenjavanja“ voznog parka, tokom 2025. godine 6 teretnih vozila na dizel pogon zamenjeno je kamionima na LNG/CNG pogon u okviru logističkih operacija koje realizuju eksterni logistički partneri (3PL). Pored toga, koristimo električno dostavno vozilo za distribuciju proizvoda u centralnim gradskim zonama Beograda.

Sa ciljem postizanja ciljeva uštede energije i smanjenja emisije CO₂, Bambi takođe nastavlja sa zamenom vozila sa pogonom na fosilna goriva (BMB i Diesel). U 2025. godini nabavljena su 4 nova vozila sa pogonom na TNG (tečni naftni gas) i 1 HeV vozilo. U planu je dalja nabavka novih vozila sa pogonom na alternativne vidove energije - hibridni pogon, poluhibridni pogon i električni pogon. Vozila na električni i poluhibridni pogon će moći da se pune električnom energijom dobijenom iz obnovljivih izvora.

Potrošnja goriva se prati na mesečnom nivou, za svako vozilo, kao i za svakog korisnika službenih vozila. Na mesečnom nivou se takođe vrši kontrola pređene kilometraže, vrste kupljenog goriva, kao i prosečna potrošnja.

Coca-Cola HBC Srbija 2025. Potrošnja energije van kompanije *Fleet, kao transport van kompanije

Jedinica

LGP	I	999.774,00
Benzin	I	630.515,00
Dizel	I	13.739,00
Ukupna energija	GJ	48.097,32

Bambi 2025. Potrošnja energije van kompanije *Fleet, kao transport van kompanije

Jedinica

LGP	I	196.119,23
Benzin	I	273.339,01
Dizel	I	10.519,00
Ukupna energija	GJ	13.720,34



UTICAJI U LANCU VREDNOSTI

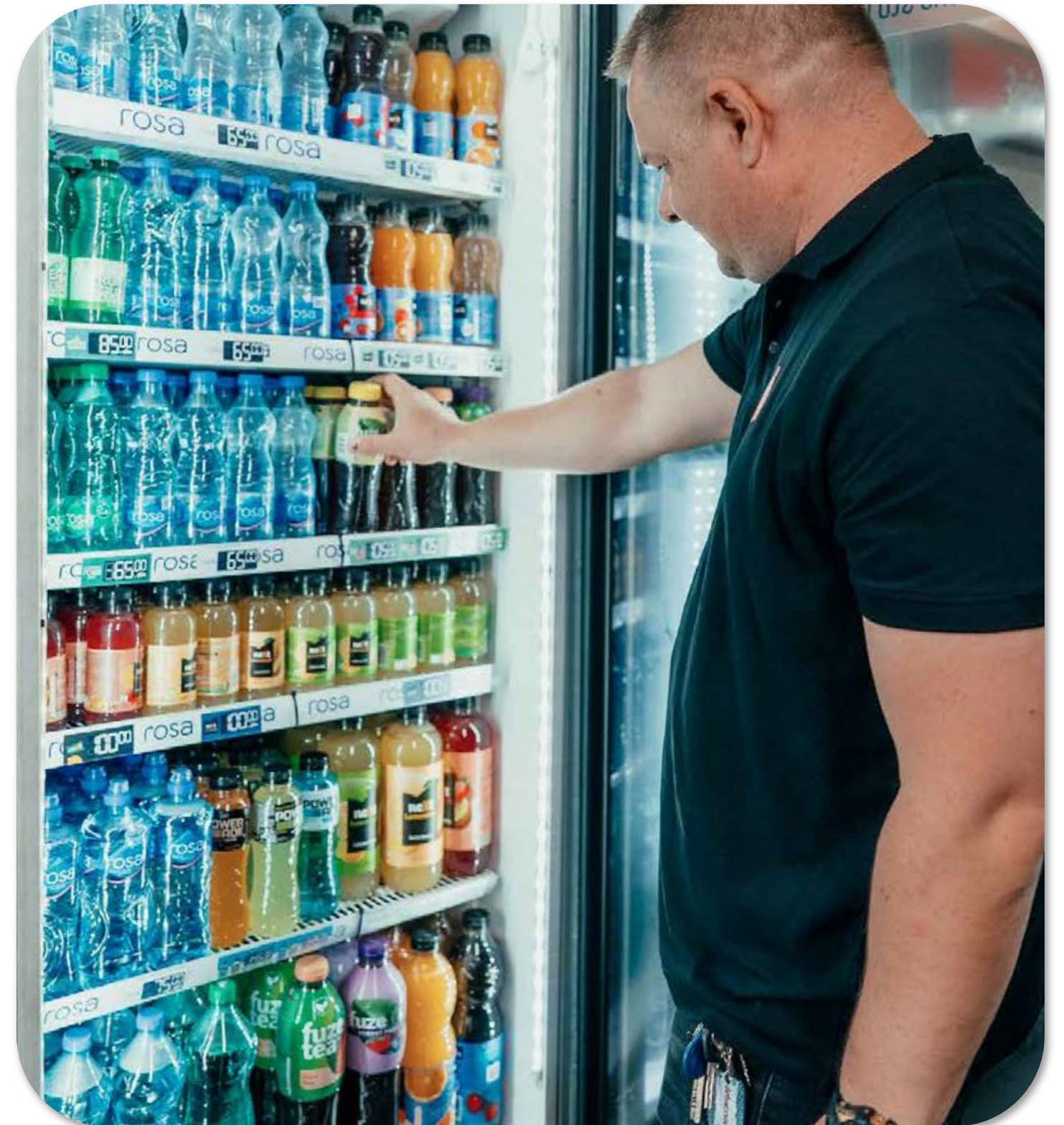
Coca-Cola HBC Srbija u prodaji svojih proizvoda koristi rashladne uređaje i automate koji se nalaze u prostorijama naših kupaca. Rashladni uređaji činili su na kraju 2025. godine 18,6% emisija Opsega 3, te stoga veliku pažnju posvećujemo unapređenju njihove energetske efikasnosti. Udeo energetske efikasnosti frižidera u Srbiji je u 2025. godini dostigao 75,1%, što predstavlja porast od 10,1% u odnosu na 2024. godinu.



Redovnom zamenom rashladnih uređaja energetske efikasnim modelima u 2025. **ostvareno je smanjenje od 7,5kT CO₂** emisija, u odnosu na prethodnu godinu.

Radimo i na eliminisanju hidro-fluoro-karbonatnih (HFC) jedinjenja, kao i gasova sa efektom staklene bašte koji su u širokoj upotrebi u rashladnim uređajima u domaćinstvima i poslovnim objektima. Takva jedinjenja više ne koristimo u termoizolacionoj peni, a vršimo i probnu upotrebu alternativnih rashladnih gasova. Hloro-fluoro-karbonatne gasove (CFC) smo potpuno eliminisali iz upotrebe našim programom koji je podrazumevao pronalaženje i zamenu takve opreme i na tržištu.

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



Coca-Cola HBC Srbija

Upotrebljeni materijali 2025.*	Jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	Ukupno
Šećer	kg	16.977.985,00	0	0	16.977.985,00
Ostali zaslađivači fruktoza	kg	34.491.840,00	0	0	34.491.840,00
Voćni koncentрати, kaše	kg	1.450.190,02	0	0	1.450.190,02
Koncentрати**	kg	2.516.238	0	0	2.516.238
CO2	kg	4.717.802,38 100% iz recikliranih izvora	0	229.741,24 100% iz recikliranih izvora	4.947.543,62
Azot	kg	0	0	0	0
PET (granulat i pretforme)	kg	8.607.247,83	4.717.690,38	369.288,23	13.694.226,44
„Post-consumer“ PET reciklirani materijal	kg	610.892,00 100% reciklirani izvor	0	0	610.892,00
Staklo (boce)	kg	5.972.836,19 42,07% iz recikliranih izvora	8.687.592,60 53,32% iz recikliranih izvora	4.776.105,57 53,79% iz recikliranih izvora	19.436.534,36
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	2.922.397,01 67,35% iz recikliranih izvora	55.115,96 49,10% iz recikliranih izvora	34.482,53 49,10% iz recikliranih izvora	3.011.995,50
Čelik (zatvarači)	kg	115.185,80 67% iz recikliranih izvora	0	0	115.185,80
Tetrapak	kg	277.031,37	0	0	277.031,37
Plastični zatvarači	kg	676.677,64	351.803,40	26.492,77	1.054.973,81
Plastične etikete	kg	149.005,81	124.615,13	15.203,34	288.824,28
Papirne etikete	kg	47.784,99	0	0	47.784,99
PE termo i streč folija	kg	1.634.554,70	787.892,43 3,14% iz recikliranih izvora	45.970,19	2.468.417,32
Karton	kg	1.633.317,51	748.920,73	413.275,75	2.795.513,98
Drvo (palete)	kg	0	0	0	0
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	80.284.747,98	15.473.630,62	5.910.559,62	104.185.176,00

*Svi materijali upotrebljeni u proizvodnji su direktni, odnosno prisutni u finalnom proizvodu

Coca-Cola HBC Srbija
2025.

Upotrebljeni reciklirani materijali*

13,99%

*Podaci se odnose na dobijene procen-te pojedinačnih sirovina na osnovu informacija od dobavljača.

Bambi
2025.

Upotrebljeni reciklirani materijali

12,81%

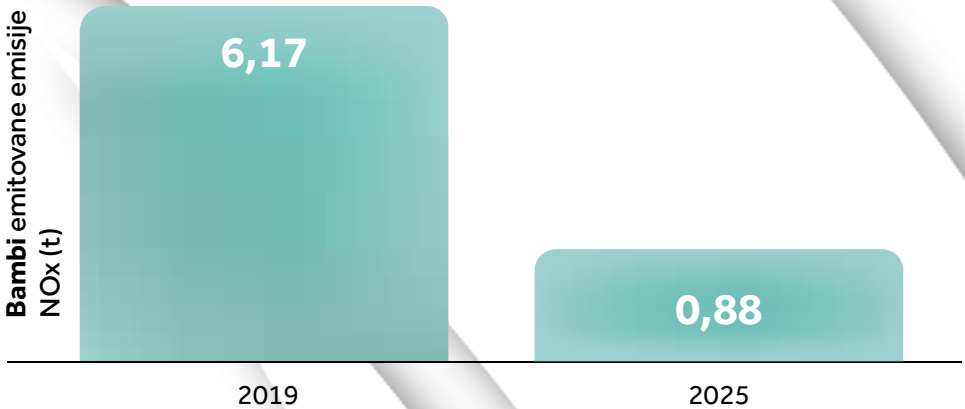


Bambi Upotrebljeni materijali 2025.	Jedinica	
Žitarice i derivati	kg	17.659.644,00
Šećeri i zaslađivači	kg	5.635.839,00
Mleko i mlečni proizvodi	kg	2.404.475,00
Masti	kg	2.086.330,00
Sojini proizvodi	kg	1.575.143,00
Kakao i čokolada	kg	1.087.188,00
Aditivi	kg	340.473,00
Voće i povrće	kg	143.321,00
Arome	kg	15.491,00
Vitamini, emulgatori, enzimi	kg	31.024,00
Začini	kg	166.243,00
Štampane kutije od hromokartona *	kg	2.555.487,22
Štampane kutije od celuloznog kartona	kg	253.085,61
Kutije od valovite lepenke (TK)*	kg	1.684.837,53
Folije	kg	402.381,56
Čančići	kg	136.763,00
Samolepljive etikete/etikete/nalepnice	kg	18.560,00
Kese*	kg	12.508,00
Trake i vezice	kg	321,73
Palete *	kg	443.350,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	36.652.465,65

* Upotrebljeni reciklirani materijal

OSTALE EMISIJE

Coca-Cola HBC Srbija tokom 2025. nije zabeležila emisije gasova koji oštećuju ozonski omotač, a kada je reč o drugim značajnim emisijama u vazduh, one se generišu iz fabrike u Beogradu i Neresnici, dok Vlasinka ne koristi druge vrste energije osim električne i nema emisije.



Coca-Cola HBC Srbija 2025. NOx, SOx i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini*	Jedinica	Beograd	Vlasinka**	Neresnica	Ukupno
Nox	Kg/god.	3.426,40	0	459,42	3.885,82
SOx	Kg/god.	200,80	0	10,94	211,74
CO	Kg/god.	15,14	0	64,80	79,94

Bambi Srbija 2025. NOx, SOx i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini*	Jedinica	
Nox	Kg/god.	877,66
CO	Kg/god.	755,83

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

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

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

Bambi 2025

R-22

Tip freona

2 Količina
(kg)**R-141B**

Tip freona

136 Količina
(kg)**R-404A**

Tip freona

47 Količina
(kg)**R-513A**

Tip freona

60 Količina
(kg)**R-407C**

Tip freona

156 Količina
(kg)**R-410**

Tip freona

24 Količina
(kg)Ukupna
količina
(kg)**425**

Potrošnja freona u 2025. godini smanjena je za 57,4% u odnosu na prethodnu godinu.

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

Freon R -22 se više ne koristi kao rashladni fluid u proizvodnim pogonima. U 2025. je izvršena zamena rashladnog agregata na tunelu za hlađenje linije vafla i uveden je freon sa nižim emisionim faktorom. Takođe, od 2024. je otpočela i postepena zamena klima uređaja u administrativnim prostorijama, sa ciljem potpunog eliminisanja freona R-22, tj. smanjenja emisija koje oštećuju ozonski omotač.



AMBALAŽA I UPRAVLJANJE OTPADOM

Ambalaža ima ključnu ulogu u očuvanju kvaliteta, bezbednosti i integriteta naših proizvoda tokom čitavog lanca snabdevanja. Istovremeno, svesni smo da zbog količine ambalaže koju koristimo ona predstavlja jednu od oblasti sa značajnim uticajem na životnu sredinu. Zato kontinuirano radimo na smanjenju tog uticaja kroz unapređenje održivosti ambalaže tokom celokupnog životnog ciklusa – od dizajna i proizvodnje, preko upotrebe i prikupljanja, do reciklaže i ponovne upotrebe materijala.

Jedan od najvažnijih pravaca delovanja predstavlja optimizacija ambalaže, koja istovremeno doprinosi smanjenju količine otpada i emisija gasova sa efektom staklene bašte. Kroz inovacije u dizajnu pakovanja nastojimo da smanjimo količinu upotrebljenog materijala, razvijamo lakša pakovanja i povećavamo udeo recikliranih i obnovljivih sirovina u novoj ambalaži. Na taj način unapređujemo efikasnost korišćenja resursa, podržavamo razvoj cirkularne ekonomije i dodatno smanjujemo ekološki otisak naših proizvoda.

Među najznačajnijim aktivnostima sprovedenim tokom 2025. godine bili su smanjenje težine PET boca od jednog litra sa 37g na 32g, kao i optimizacija upotrebe termo-skupljajuće (shrink) i nano-stretch folije. Na ovaj način, smanjili smo CO2 emisije za procenjenih

514 tona
godišnje



↓ **1.9%**

manje streč i termo-skupljajuće folije po litri proizvedenog pića upotrebljeno je u punionici Beograd, uz smanjenje količine PET-a u primarnom pakovanju za 375 kg.

↓ **16.5%**

manje streč i termo-skupljajuće folije po litri proizvedenog pića upotrebljeno je u punionici Neresnica.

↓ **11%**

manje streč i termo-skupljajuće folije po litri proizvedenog pića upotrebljeno je u punionici Vlasinka, uz povećanje udela PE folija od recikliranih sirovina sa 0,7% na 3,1%.



Pored inicijativa u sopstvenim operacijama, posvećeni smo i saradnji sa partnerima na uspostavljanju infrastrukture za recikliranje u Srbiji, kao i edukaciji i promociji recikliranja ambalaže kod potrošača.

Naše dve kompanije su među osnivačima prvog operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u Srbiji - kompanije Sekopak. Kroz Sekopak, ali i kroz sve poslovne asocijacije u kojima je aktivna, Coca-Cola HBC Srbija se zalaže za donošenje zakonskih okvira u ovoj oblasti po ugledu na propise koji postoje u Evropskoj uniji o ambalaži i ambalažnom otpadu i usklađeni sa lokanim specifičnostima. Ovi propisi postavljaju obavezu ponovnog korišćenja i reciklaže pred sve subjekte u lancu do krajnjeg korisnika - proizvođače, pakere/punioce, uvoznike, distributere i maloprodaju. Princip proširene odgovornosti proizvođača inkorporiran je u važeće srpske zakone koji tretiraju pitanja ambalaže, otpada i ambalažnog otpada. U potpunosti ispunjavamo sve zakonske odredbe vezane za upravljanje ambalažom i ambalažnim otpadom.



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

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

Coca-Cola HBC Srbija 2025.

Procenat preuzetih prodatih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji*		Količine koje je CCH Srbija stavila na tržište	Ispunjenje specifičnih nacionalnih ciljeva u Sekopak sistemu	CCH količine ponovno iskorišćene/reciklirane
Papir/karton	t	2.337,29	70,00%	1.636,10
Plastika	t	16.672,86	40,00%	6.669,14
Staklo	t	13.539,45	48,00%	6.498,94
Metal	t	216,30	45,00%	97,34
Drvo	t	1.877.747,00	24,00%	450.659,28
Total				465.560,80

*Coca-Cola HBC 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 je Sekopak dati su po materijalima, jer nije izvodljivo to uraditi po proizvodima.

Bambi 2025.

Procenat preuzetih prodatih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji*		Količine koje je Bambi stavio na tržište	Ispunjenje specifičnih nacionalnih ciljeva u Sekopak sistemu	Bambi količine ponovno iskorišćene/reciklirane
Papir/karton	t	2.830,96	98,63%	2.792,18
Plastika	t	371,37	47,54%	176,55
Staklo	t	0	49,68%	0
Metal	t	0	67,95%	0
Drvo	t	100,33	58,45%	58,64
Total		3.302,66		3.027,37

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

Proizvodni otpad

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

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

U okviru ovog projekta postavljene su kante za pravilno razvrstavanje otpada uz paralelnu internu edukativnu kampanju „Šampion reciklaže“. Cilj kampanje bio je da osnažimo naše zaposlene da otpad koji generišu na svojim radnim mestima pravilno razvrstaju i odlažu, u skladu sa njegovim sastavom – kako bi što više materijala moglo da se reciklira i ponovo upotrebi.



Procenat recikliranog otpada kompanije Coca-Cola HBC Srbija po lokacijama:

BEOGRAD 100%

0kg otpada otpremljeno na deponiju

VLASNIKA 99,8%

168kg otpada otpremljeno na deponiju u toku cele godine

NERESNICA 99,2%

781kg otpada otpremljeno na deponiju u toku cele godine

Tokom 2025. godine, punionice Vlasinka (od juna) i Neresnica (od maja) dostigle su status „Fabrika 0 otpada“, što znači da od tog trenutka nijedan kilogram otpada iz njihovog poslovanja nije odlagan na deponije.

Coca-Cola HBC Srbija
2025.

Ukupna težina otpada*

Jedinica

Beograd

Vlasinka

Neresnica

Ukupno

Neopasan otpad

t

3.291,22

109,02

102,62

3.502,86

Opasan otpad

t

0,46

0,00

0,00

0,46

Ukupan otpad

t

3.291,68

109,02

102,62

3.503,32

Reciklirano**

t

3.291,68

109,00

101,84

3.400,68

Odloženo na deponiju

t

0,00

0,02

0,78

0,80

*Za sve lokalitete iznosi su dobijeni merenjem

** Neopasan+opasan otpad

***Tokom 2025. godine nije bilo značajnih izlivanja

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

Bambi upravlja svim vrstama otpada na osnovu klasifikacije i karakterizacije. Primijenjeni tretmani otpada, kroz preradu/ reciklažu i iskorišćenje (energetsko/kompostiranje), nemaju negativan uticaj na životnu sredinu. Tehnološki rastur i drugi organski otpad koji nastaje u procesu proizvodnje, svoj životni ciklus završava procesom prerade. U 2025. godini je započet projekat nabavke opreme za pripremu tehnološkog rastura koji ide na dalju preradu.

0 otpada na deponijama do 2030. godine

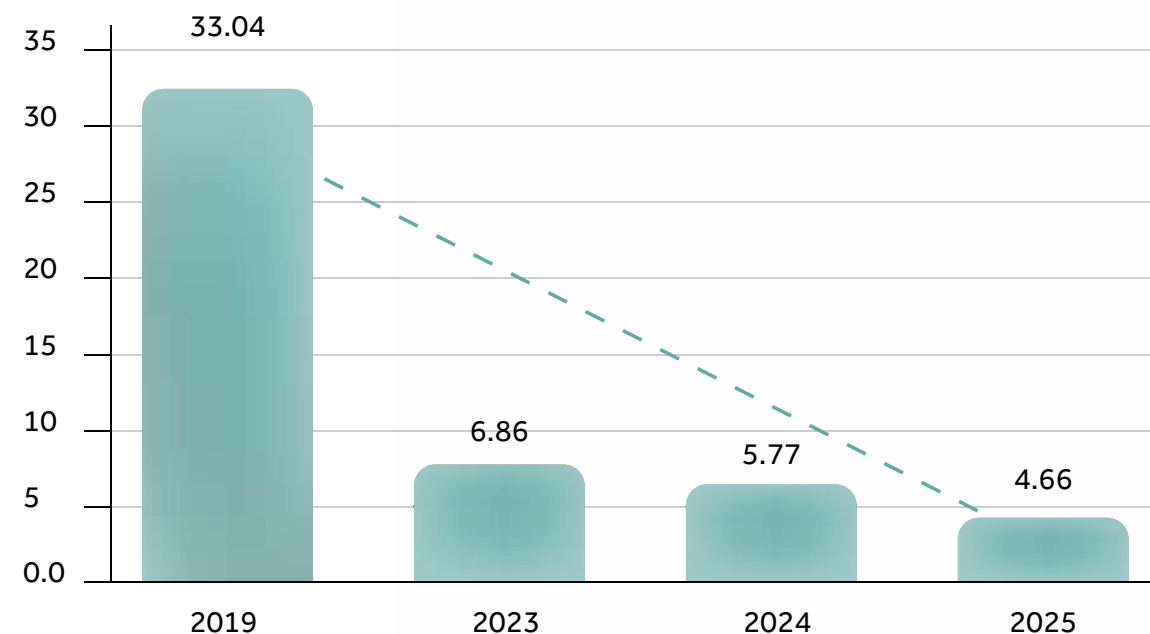
Bambi je u 2025. godini na lokaciji fabrike generisao ukupno 1.674,42 t otpada. Obavezu preuzimanja ambalažnog otpada sa lokacije, kompanija vrši u saradnji sa operaterom za ambalažni otpad.

Bambi je u 2025. godini, u odnosu na 2019. godinu, smanjio količinu komunalnog otpada za 85,9 %, a u odnosu na 2024. za 19,23 %. **Time je povećano zbrinjavanje celokupnog otpada na lokaciji fabrike na 99,72 %.** Bambi nastavlja put ka "Fabrics 0 otpada". Za 2026. godinu je predviđeno ostvarenje tog cilja.

Bambi 2025. Ukupna težina otpada

Neopasan otpad	1.669,76 t
Opasan otpad	4,66 t
Ukupan otpad	1.674,42 t
Reciklirano	1.669,76 t
Odloženo na deponiju	4,66 t

Količina komunalnog otpada (t)



Vrsta otpada (insite)	Vrsta otpada (offsite)	Tretman	Kategorija	Količina insite (t)	Količina offsite u RS (t)	Ukupno
Otpadni papir/karton	kg	Reciklaža	neopasan	614,53	2.147,98	2.868,35
Otpadni PE (streč folija)	kg	Reciklaža	neopasan	10,32		11,05
Otpadna HDPE plastika	kg	Reciklaža	neopasan	19,99		15,43
Otpadne palete	kg	Reciklaža	neopasan	153,22	83,81	148,81
Organski otpad (reciklaža)	kg	Reciklaža	neopasan	386,66		13,54
Metalni otpad (reciklaža)	kg	Reciklaža	neopasan	29,58	1,61	74,45
Mešana ambalaža (plastična)	kg	Spaljivanje	neopasan	190,88	329,92	455,88
Konditorski proizvodi sa isteklim rokom	kg	Spaljivanje	neopasan	166,00		161,68
Sadržaj iz separatora masti i ulja	kg	Kompostiranje	neopasan	93,92		101,84
Opasan otpad	kg	Reciklaža	opasan	4,66		14,66
Komunalni otpad (odlaganje)	kg	Odlaganje	neopasan	4,66		5,77
UKUPNO				1.674,42	3.302,66	4.977,08



SMANJENJE UPOTREBE VODE I UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA

Voda je najvažniji prirodni resurs za naše poslovanje. Kao osnovni sastojak naših proizvoda, ali i ključni resurs u proizvodnim procesima i lancu snabdevanja poljoprivrednim sirovinama, njena dostupnost i kvalitet direktno utiču na održivost našeg poslovanja. Istovremeno, pristup bezbednoj vodi za piće i adekvatnim sanitarnim uslovima od suštinskog je značaja za zdravlje ljudi, očuvanje ekosistema i dugoročni razvoj zajednica.

Svesni smo da klimatske promene, rastući pritisci na vodne resurse i promenjeni obrasci potrošnje predstavljaju sve veće izazove za očuvanje dostupnosti vode. Zbog toga odgovorno upravljanje vodnim resursima posmatramo kao zajedničku odgovornost koja prevazilazi okvire pojedinačnih organizacija. Kroz saradnju sa lokalnim zajednicama, nadležnim institucijama, regulatornim telima i međunarodnim organizacijama radimo na unapređenju efikasnosti korišćenja vode, zaštiti izvorišta i razvoju dugoročnih rešenja koja doprinose očuvanju ovog dragocenog resursa za buduće generacije.



Naša Politika upravljanja vodnim resursima
podržava stvaranje **pozitivnog uticaja na društvo i zajednice** kroz:



Kontinuirano smanjivanje količine vode koju koristimo



Osiguravanje da se naše otpadne vode u potpunosti prečiste do nivoa koji održava život u vodi



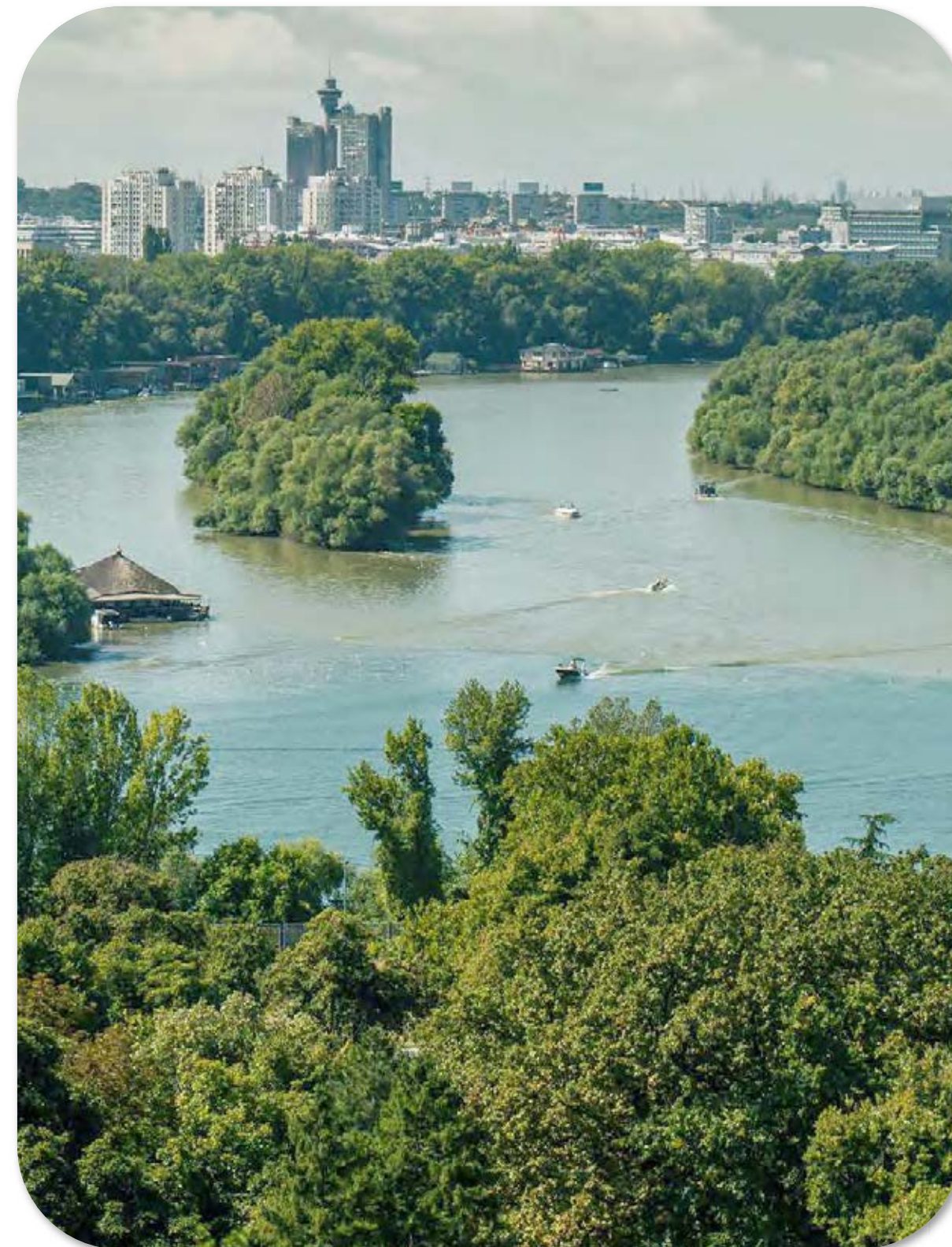
Ulaganja u obrazovne, volonterske i projekte u zajednici



Procenjivanje buduće dostupnosti vode u relevantnim slivnim područjima i eliminisanje ili ublažavanje ekoloških i društvenih rizika povezanih sa našom upotrebom vode



Obezbeđivanje kontinuiranog pristupa svežoj vodi za piće za lokalne zajednice



O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks



Rad sa dobavljačima na razumevanju vodenog otiska naših poljoprivrednih sastojaka i drugih sirovina, kao i promovisanje i pomoć u implementaciji efikasnih rešenja za upravljanje vodom kao resursom



Angažovanje sa zajednicama i drugim zainteresovanim stranama na podizanju svesti o merama zaštite vodnih resursa



Uspostavljanje partnerstava za upravljanje vodnim resursima sa lokalnim i međunarodnim organizacijama, kao i sa drugim kompanijama u okviru naše industrije



Razmenu nekonkurentskih praksi upravljanja vodnim resursima i promovisanje stalne revizije i razvoja standarda i politika u oblasti upravljanja vodnim resursima



Sveobuhvatno i transparentno izveštavanje o našim aktivnostima i napretku

U cilju boljeg razumevanja rizika povezanih sa vodnim resursima, za svaku punionicu u okviru Coca-Cola HBC Grupe sprovedena je detaljna analiza izvora vode. Na osnovu rezultata analize definisani su planovi upravljanja vodnim resursima kako bi se osigurala njihova dugoročna održivost. Ni jedna od punionica Coca Cola HBC Srbija ne pripada područjima pogođenim znatnim crpljenjem vode, a takođe nijedan izvor vode koji koristimo nije pogođen crpljenjem vode naše kompanije. Ciljevi koji se odnose na potrošnju vode se postavljaju na početku svake godine u skladu sa projektima i programima vezanim za uštedu vode.

S obzirom na to da smanjenje količine vode u samim proizvodima nije moguće, fokusirani smo na povećanje efikasnosti potrošnje vode u našim procesima, kroz smanjenje upotrebe i ponovnu upotrebu, uz stalno ulaganje u nove inovativne tehnologije.



Naše inicijative na polju očuvanja i odgovornog upravljanja vodnim resursima prepoznata su i nagrađena na prvom konkursu ESG Lideri koji je 2024. godine organizvao PwC Srbija. Priznanje smo dobili u potkategoriji **Strategija: E - Zaštita životne sredine, za očuvanje vodnih resursa.**



Tokom 2025. godine, sve tri punionice Coca-Cola HBC Srbija uspešno su resertifikovane prema međunarodnom standardu ISO 46001, koji se odnosi na sistem upravljanja efikasnošću korišćenja vode. Ovaj standard obuhvata celokupan proces – od izvora vode, preko potrošnje i tretmana, do odlaganja – uključujući monitoring, merenje, izveštavanje, nabavku opreme, dizajn sistema i obuku zaposlenih.

RESTORIVER



Projekat Restoriver, koji se realizuje u okviru Interreg Dunavskog programa, ima za cilj obnovu rečnih staništa i jačanje otpornosti na posledice klimatskih promena kroz radove na lokacijama duž sliva Dunava. Jedna od šest pilot lokacija nalazi se u Specijalnom rezervatu prirode Gornje Podunavlje, gde se kroz obnovu rukavca Dondo unapređuju uslovi za očuvanje biodiverziteta i prirodni režim voda. Coca-Cola sistem u Srbiji zajedno sa WWF-om nastavlja podršku projektu i tokom 2025. godine, kako bi se planirane aktivnosti uspešno privede kraju i projekat završio u 2026. godini.

U Coca-Cola HBC Srbija,
zahvaljujući sprovedenim
inicijativama, potrošnja vode
po litri proizvedenog pića je
u periodu **od 2007. do 2025. godine**
smanjena za

55,01%.



ISO 46001 sertifikat

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

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

* Količina vode merena protokometrom

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

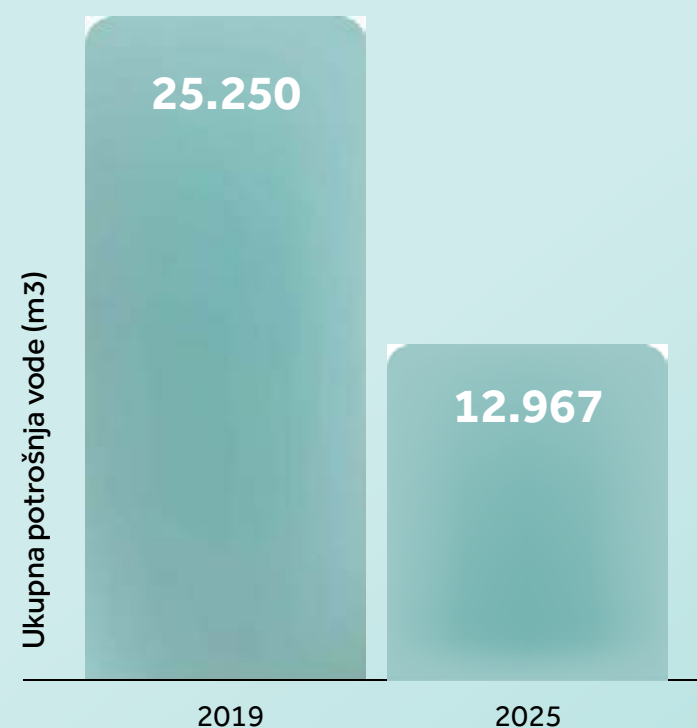
2025. Coca-Cola HBC Srbija

Procenat i ukupna zapremina reciklirane i ponovo upotrebljene vode	jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	UKUPNO
Ponovno upotrebljena voda	m3	32.678	3.265	3.898	39.814
Ponovno upotrebljena voda	%	5%	1%	12.3%	4%

Potrošnja vode – punionice*	jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	UKUPNO
Ukupna ispuštena voda-sveža voda**	1000 l	614.596	311.621	31.810	958.027
Ukupna ispuštena voda- ostala voda***	1000 l	84.029	0	0	84.029
Odredište	1000 l	698.625	311.621 utrošena =crpljena	31.810 utrošena =crpljena	1.042.056
COD nakon tretmana	1000 l	698.625 utrošena+projekti =crpljena	418.845 utrošena+projekti =crpljena	69.281 utrošena+projekti =crpljena	1.186.751

Kompanija Bambi ne nalazi se na području pogođenom znatnim crpljenjem vode, a takođe ni jedan izvor vode koji koristi nije pogođen crpljenjem vode kompanije. Realizacijom projekta automatskog očitavanja potrošnje vode u novembru 2023. unapređeno je upravljanje vodnim resursom. Potrošnja vode se prati na dnevnom nivou putem aplikacije, po potrošačima, i omogućava alarmiranje u slučaju povećane potrošnje. Praćenje potrošnje vode u realnom vremenu preko Cloud platforme daje veoma dobre rezultate tj. utiče na smanjenje potrošnje vode. Za 2026. godinu je planirana instalacija još dva merača koji će pokriti nove potrošače. Takođe, formirana je i aplikacija Water loss, koja omogućava zaposlenima proizvodnji da vrše prijavu svih uočenih gubitaka vode i kvarova u sistemu, promovišući ideju održivog korišćenja prirodnih resursa.

U odnosu na 2019. godinu, na kraju 2025. ukupna potrošnja vode smanjena je za **48,65%**. 



2025.
Bambi
Potrošnja vode



* Zbog gradnje novog objekta bunarska voda nije korišćena u 2025. godini

**Način merenja: vodomeri i proračun



TRETMAN OTPADNIH VODA

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

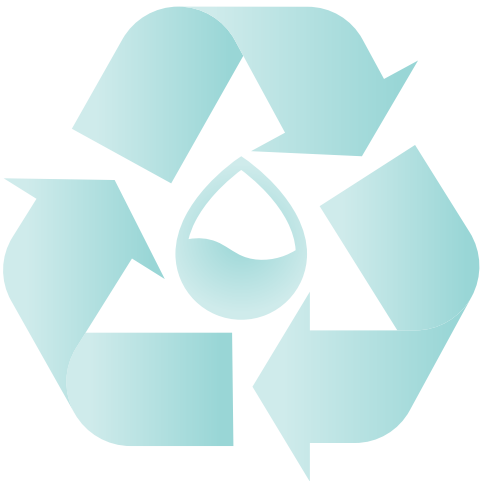
U kompaniji Bambi otpadne vode se ispuštaju u kanalizacioni sistem grada Požarevca, u okviru industrijske zone. Pre upuštanja, tehnološke vode se prečišćavaju putem sistema kojeg čini 7 separatora. Kvalitet otpadnih voda se kontroliše kvartalno od strane akreditovane laboratorije. Kvalitet otpadnih voda je u skladu sa graničnim vrednostima definisanih državnim i lokalnim propisima.

2025. Coca-Cola HBC Srbija Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu *	jedinica	Beograd	Vlasinka	Neresnica	UKUPNO Srbija
Ukupna ispuštena voda-sveža voda**	m3	290.424	46.885	10.303	347.612
Ukupna ispuštena voda- ostala voda***	m3	0	0	0	0
Odredište		Dunav	Toplodolska reka	Reka Pek	
COD nakon tretmana	mg/l	14	10	20	

*On site WWT, podaci o količini ispuštene vode dobijeni proračunom, podaci o kvalitetu na osnovu analiza autorizovane laboratorije.
 Nivoi hemijske potrošnje kiseonika (COD) pokazuju kvalitet naših otpadnih voda.
 ** Odnosi se samo na tehnološku vodu. Atmosferske vode nisu uključene.
 *** Podela ispuštene vode na kategorije „sveža“ i „ostala“ se vrši na osnovu rezultata kvartalnih analiza od strane eksterne ovlašćene laboratorije.

2025. Bambi Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu *	jedinica	
Ukupna ispuštena voda	m3	9.076,90
COD nakon tretmana	mg/l	641
Odredište		Brežanski kanal

*Podaci o količini ispuštene vode dobijeni proračunom



BIODIVERZITET



Cilj Coca-Cola HBC Grupe je da do 2040. godine ostvari neto pozitivni uticaj na biodiverzitet u kritičnim oblastima sopstvenog poslovanja i u lancu snadbevanja. Takođe, prvobitno postavljeni cilj da se deforestacija u lancu snadbevanja eliminiše do 2030. godine, pomeren je na 2025. godinu. Principi održive poljoprivrede koje je postavila Coca-Cola kompanija od posebnog su značaja za postizanje ciljeva u oblasti biodiverziteta - kroz primenu principa očuvanja šuma, prirodnih staništa, biodiverziteta i ekosistema, upravljanja zemljištem i primene agrohemijskih mera.



I u lokalnoj operaciji sa izuzetnom pažnjom pristupamo praćenju uticaja naših delatnosti i proizvoda na zaštićenim područjima i na područjima visoke vrednosti u pogledu biodiverziteta. Coca-Cola HBC Srbija još od 2021. godine sprovodi projekat „Vlasina – čista ljubav“ u partnerstvu sa UNDP-om, opštinom Surdulica i relevantnim državnim organima, sa ciljem očuvanja zaštićenih područja Vlasine i Vardenika.



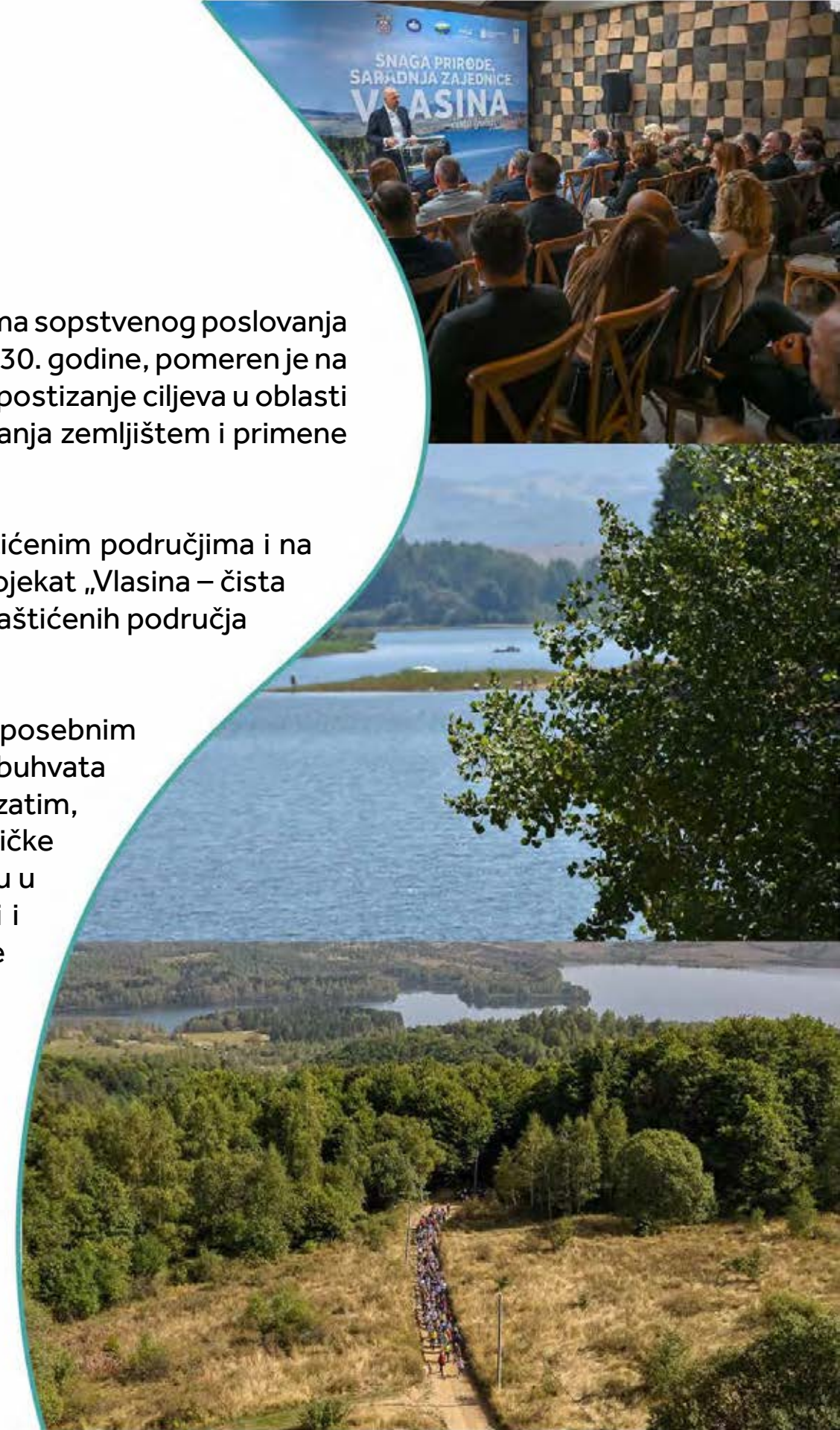
Nova faza ovog dugoročnog projekta nastavlja se pod sloganom **„Snaga prirode - saradnja zajednice“**, sa posebnim fokusom na istraživanju i zaštiti biodiverziteta, obnovi vlažnih staništa i promociji održivog turizma. Ova faza obuhvata tri celine - terenska istraživanja, praćenje i zaštitu ugroženih vrsta kao što su mrki medved, puh i biljka rosulja, zatim, obnovu vlažnih staništa i stabilizaciju erodiranih obala, kao i razvoj održivog lokalnog turizma i turističke infrastrukture kroz obnovu i digitalizaciju 40 kilometara pešačkih staza, uključujući i posebnu edukativnu stazu u saradnji sa Planinarskim savezom Srbije. Takođe, ideja je da projektom budu obuhvaćeni i lokalni ugostitelji i vodiči kao ambasadori zaštićenog područja, a biće razvijeni i edukativni materijali za posetioce, kako bi se podstaklo bezbedno i odgovorno ponašanje u zaštićenim zonama. Nastavak projekta, koji se realizuje do kraja 2026. godine, potvrđuje opredeljenost kompanije da u oblastima visoke biodiverzitetske vrednosti ne samo da izbegava štetan uticaj, već aktivno doprinosi obnovi i dugoročnom očuvanju prirodnih ekosistema.



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



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



COCA-COLA HBC NEDELJA ODRŽIVOSTI

U septembru 2025. godine organizovana je Nedelja održivosti pod sloganom „**Budi rešenje za bolje okruženje**“, sa ciljem podizanja svesti zaposlenih o principima cirkularne ekonomije i odgovornog upravljanja otpadom. Kroz edukativne aktivnosti i izazove, zaposleni su imali priliku da se bolje upoznaju sa temama reciklaže, ambalažnog otpada, otpada od hrane, kao i efikasnog korišćenja vode i energije.

Poseban doprinos programu dalo je predavanje o otpadu, reciklaži i cirkularnoj ekonomiji koje je održao prof. dr Bojan Batinić sa Fakulteta tehničkih nauka u Novom Sadu, dok su kroz svakodnevne aktivnosti i izazove zaposleni dodatno podstaknuti da aktivno doprinesu primeni principa održivosti.

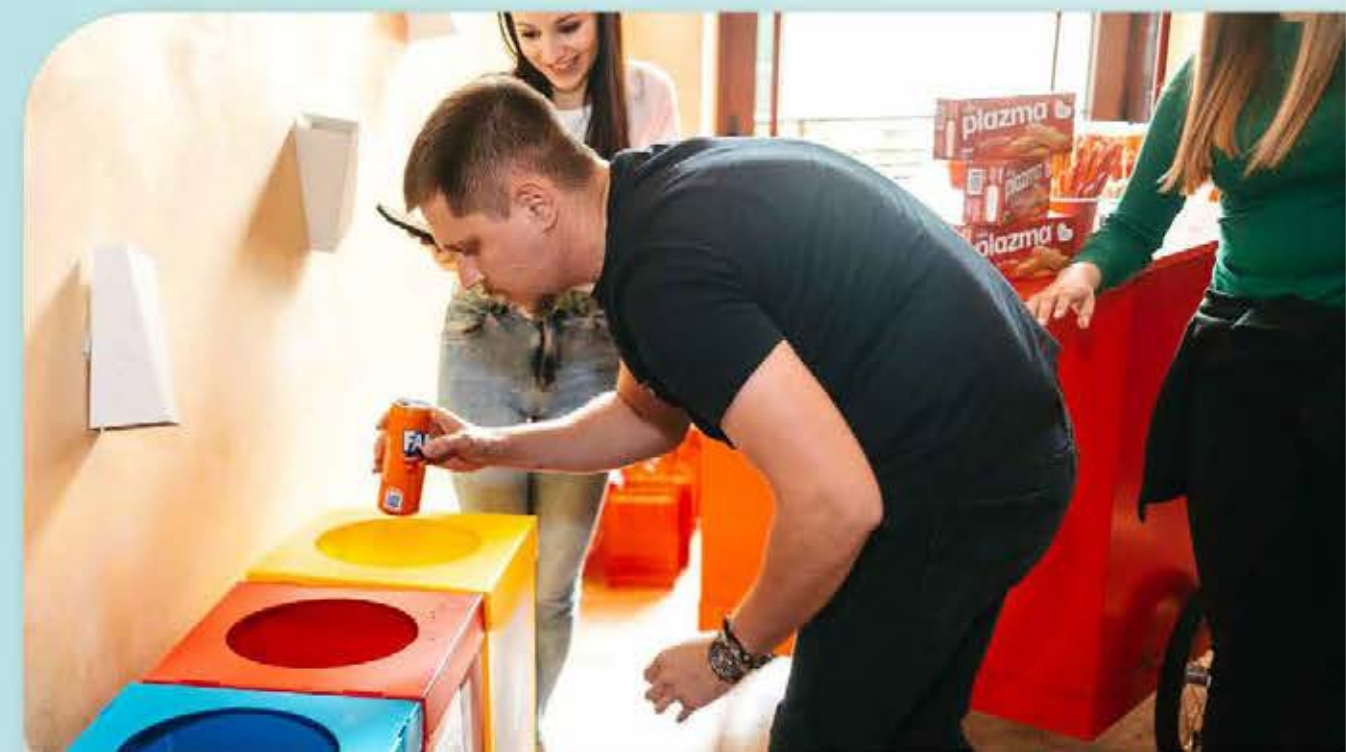
U okviru Nedelje održivosti sprovedena je i akcija prikupljanja garderobe za humanitarnu organizaciju „Verittas“ iz Vranja. Zaposleni iz Beograda, Neresnice i Vlasine prikupili su oko 15 kutija odeće, doprinoseći smanjenju tekstilnog otpada i promociji principa ponovne upotrebe.



BAMBI GREEN AMBASADORI

Sa ciljem da kolegama iz različitih sektora približimo temu održivog poslovanja i ukažemo na načine na koje svako od nas može da doprinese održivom poslovanju, na Sales konferenciji 2025. godine odabrali smo **Bambi GREEN ambasadore**.

Ambasadori su kroz učešće na Sustainability kvizu i aktivaciji pokazali veliko interesovanje i znanje u oblasti održivosti, dok su kroz kasnije održanu radionicu imali priliku da se bliže upoznaju sa konceptom Customer Partnership projekata i aktivno doprinesu kreiranju Bambijeve agende održivosti. Inicijativama poput ove nastavljamo da podstičemo razmenu znanja, razvoj održivih praksi i aktivno uključivanje kolega u stvaranje pozitivnog uticaja na zajednicu i životnu sredinu.



O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks



Coca-Cola HBC
Srbija Volonteri

ZAJEDNICA

O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks

DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



Dobro zdravlje



Kvalitetno obrazovanje



Održivi gradovi i zajednice



Dostojanstven rad i ekonomski rast



Mir, pravda i snažne institucije



Smanjenje nejednakosti



Partnerstvom do ciljeva

KLJUČNE AKTIVNOSTI I REZULTATI U 2025. GODINI:

Kroz inicijativu Coca-Cola Podrška mladima, osnaženo

>2.600

MLADIH

Zaposleni obe kompanije kroz volontiranje poklonili zajednici

>5.400

SATI

Uloženo u podršku lokalnim zajednicama

>200.000 eur
>225.000 litara proizvoda
>42 tone proizvoda

RAZVOJ ZAJEDNICA

Razvoj zajednica u kojima poslujemo sastavni je deo našeg pristupa održivom poslovanju i stvaranju vrednosti za sve zainteresovane strane. Verujemo da se dugoročna i konkretna vrednost ostvaruje kroz odgovorno ulaganje, zbog čega kroz partnerstva sa institucijama, organizacijama civilnog društva, lokalnim zajednicama i kupcima podržavamo inicijative koje odgovaraju na konkretne društvene potrebe i doprinose održivom razvoju.

Naše aktivnosti usmerene su na jačanje otpornosti zajednica, uključujući podršku u vanrednim okolnostima, osnaživanje mladih, kao i projekte koji doprinose razvoju cirkularne ekonomije i realizaciji lokalno relevantnih humanitarnih inicijativa. Kroz donacije proizvoda, razvojne programe i volonterski angažman zaposlenih nastojimo da pružimo dugoročnu i održivu podršku.

U planiranju i realizaciji ovih inicijativa sarađujemo sa brojnim partnerima, među kojima su Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP), SOS Dečija sela Srbija, Crveni krst Srbije, Banka hrane Vojvodine i mnogi drugi. Kroz ESG Savetodavni odbor i članstvo u relevantnim poslovnim udruženjima, poput Srpskog filantropskog foruma i Forum za odgovorno poslovanje, kontinuirano unapređujemo dijalog sa zainteresovanim stranama, jačamo partnerstva i identifikujemo oblasti u kojima možemo ostvariti najveći uticaj.



ULAGANJE U RAZVOJ MLADIH

Coca-Cola Podrška mladima

Coca-Cola HBC Srbija već devet godina sprovodi inicijativu Coca-Cola Podrška mladima, pokrenutu sa ciljem da osnaži mlade u potrazi za poslom, pružajući im znanja i veštine koje nisu deo formalnog obrazovanja, ali su ključne za uspešan ulazak na tržište rada. Program inicijative je namenjen mladima od 16 do 30 godina a sprovodi se kroz potpuno besplatne online i uživo edukacije, radionice i mentorsku podršku za sve koji žele da unaprede svoje lične i profesionalne kompetencije. Registrovani polaznici imaju priliku da steknu lične i poslovne veštine kroz bogat nastavni materijal dostupan na online platformi coca-colapodrskamladima.com.

Od pokretanja inicijative zaključno sa krajem 2025.godine, kroz različite edukacije osnaženo je više od 22.000 polaznika, dok je samo tokom 2025. godine program pohađalo više od 2.600 mladih.

Kako bismo ove sadržaje učinili dostupnim što većem broju mladih širom Srbije, sarađujemo sa partnerskim organizacijama koje dele našu posvećenost osnaživanju mladih, među kojima su Career Launch, OPENS i Dostignuća mladih. Značajan doprinos programu daju i naši zaposleni koji kroz uloge predavača, mentora i govornika prenose svoja znanja i iskustva novim generacijama.

Coke Summership je letnji program prakse koji Coca-Cola HBC Srbija organizuje već 13 godina, i kroz koji je do sada prošlo preko 350 mladih, od kojih se više od 90 zaposlilo u našoj kompaniji. Kroz program Coke Summership pružamo studentima i mladim talentima priliku da steknu praktično iskustvo i upoznaju različite segmente poslovanja kompanije, uključujući prodaju, marketing, finansije, logistiku, sektor kafe i premium pića, ljudske resurse i korporativne komunikacije. Tokom šestonedelnog programa učesnici rade uz podršku mentora i stiču neposredno iskustvo kroz rad na konkretnim poslovnim zadacima i projektima.

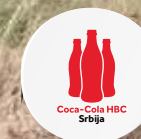


PARTNERSKI PROGRAMI U LOKALNIM ZAJEDNICAMA

Vlasina - čista ljubav

Projekat „Vlasina - čista ljubav“ rezultat je uverenja da se najznačajniji doprinos zajednici ostvaruje kroz saradnju i udruživanje znanja, resursa i iskustava različitih partnera. Pokrenut 2021. godine kao zajednička inicijativa Coca-Cola sistema, Turističke organizacije Surdulica, Kabineta ministra za razvoj nedovoljno razvijenih Opština i Opštine Surdulica, projekat ima za cilj da doprinese održivom razvoju Vlasinskog kraja kroz podršku lokalnoj ekonomiji, turizmu i očuvanju prirodnih lepota.

Tokom godina, projekat se razvijao zajedno sa potrebama lokalne zajednice. Od inicijalnog fokusa na promociju održivog turizma i unapređenje lokalne turističke ponude, prerastao je u sveobuhvatnu inicijativu koja danas istovremeno podržava razvoj turističke infrastrukture, obnovu erodiranih obala Vlasinskog jezera, očuvanje biodiverziteta i zaštitu prirodnih staništa. Poseban akcenat stavljen je na aktivno uključivanje lokalne zajednice, ugostitelja i vodiča kao ambasadora zaštićenog područja, kao i na promociju odgovornog ponašanja u predelima izuzetnih odlika Vlasine i Vardenika.



2021.

Kroz **besplatne edukacije i stručne radionice**, lokalni ugostitelji, vlasnici smeštajnih kapaciteta i drugi turistički preduzetnici unapredili su znanja iz oblasti finansijskog upravljanja, marketinga, e-turizma i brendiranja, sa ciljem unapređenja kvaliteta svojih usluga i ponude. Učesnicima projekta pružena je i dodatna podrška kroz promociju njihovog poslovanja putem komunikacionih kanala **Coca-Cola sistema** i medijske kampanje. Početnim aktivnostima na projektu postavljen je temelji za dugoročno jačanje turističke privrede i održivi razvoj lokalne zajednice.

2022.

U drugoj godini, odnosno fazi projekta, udružili smo snage sa **Programom Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP)**, čime je dodatno ojačan kapacitet projekta i proširen njegov obuhvat. U saradnji sa **Planinarskim savezom Srbije** započete su aktivnosti na unapređenju turističke infrastrukture i širenju turističkih sadržaja. Fokus je bio na stvaranju kvalitetnijeg iskustva za posetioce i daljem razvoju Vlasine kao održive turističke destinacije.

2023.

Sprovode se aktivnosti obnove **47 kilometara** planinarskih staza, uključujući staze koje vode ka vrhovima Čemernik i Vrtop. Uspostavljena je i **edukativna staza** koja kroz interaktivne sadržaje posetiocima približava bogatstvo biljnog i životinjskog sveta Vlasine. Održani su i **Dani pešačenja** u organizaciji Planinarskog saveza Srbije, čime je dodatno promovisana Vlasina kao destinacija za aktivan boravak u prirodi.

2024.

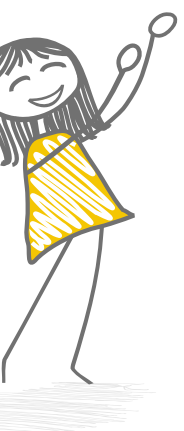
Tokom 2024. godine nastavljene su aktivnosti na **promociji prirodnih lepota i turističkih potencijala** Vlasine kroz različite komunikacione kanale i organizovane posete. Projekat je doprineo većoj vidljivosti destinacije i podizanju svesti o značaju očuvanja njenih prirodnih vrednosti. Istovremeno, nastavljena je saradnja sa lokalnim partnerima na daljem **razvoju održivog turizma**.

2025.

Projekat je ušao u novu razvojnu fazu pod sloganom **„Snaga prirode - saradnja zajednice“**, sa fokusom na aktivnosti koje povezuju očuvanje prirode i razvoj lokalne zajednice. Planirane aktivnosti obuhvataju **istraživanje i praćenje ugroženih vrsta, obnovu vlažnih staništa i stabilizaciju erodiranih obala, kao i obnovu i digitalizaciju pešačkih staza**. Poseban akcenat stavljen je na uključivanje lokalnih vodiča, ugostitelja i stanovnika kroz edukativne programe i aktivnosti koje podstiču odgovorno ponašanje i održivo korišćenje prirodnih resursa.

Nastavak projekta, koji će se realizovati do kraja 2026. godine, simbolično je najavljen volonterskom akcijom presađivanja autohtonog drveća u okolini Vlasinskog jezera. Kroz novu fazu projekta nastavljamo da jačamo saradnju sa lokalnom zajednicom i partnerima, verujući da se najtrajniji rezultati ostvaruju zajedničkim delovanjem. Naš cilj je da očuvanje prirodnih vrednosti Vlasine povežemo sa stvaranjem dugoročne vrednosti za ljude koji na ovom području žive i rade, kako bi Vlasina ostala primer uspešnog povezivanja zaštite prirode, razvoja zajednice i održivog turizma.





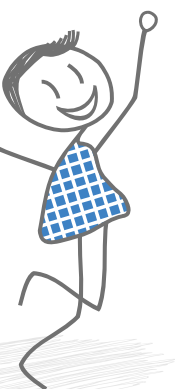
Plazma Sportske Igre Mladih

Verujemo da sport ima važnu ulogu u razvoju mladih, usvajanju zdravih životnih navika i jačanju zajedništva. Kroz generalno sponzorstvo Plazma Sportskih igara mladih, i program Coca-Cola Cup, doprinosimo stvaranju prilika za decu i mlade širom Srbije da učestvuju u sportskim aktivnostima, razvijaju timski duh i usvajaju vrednosti fer-pleja. Tokom 2025. godine Plazma Sportske igre mladih okupile su mlade širom Srbije i regiona kroz regionalna takmičenja i sportske aktivnosti, a naročito smo ponosni što su ove aktivnosti bile sastavni deo lokalnih zajednica u kojima poslujemo – Požarevac, Kučevo i Surdulica.



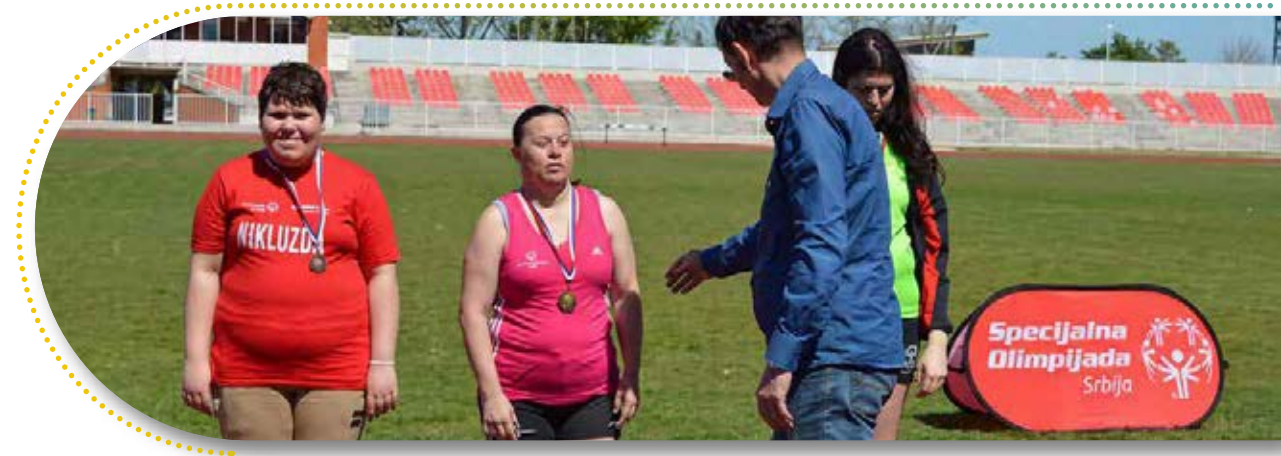
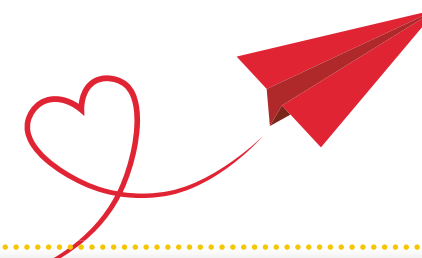
Specijalna olimpijada

Podrška inkluziji i stvaranju jednakih mogućnosti važan je deo našeg doprinosa zajednici. Kao dugogodišnji partner Specijalne olimpijade Srbije, Coca-Cola sistem kontinuirano doprinosi stvaranju prilika za osobe sa intelektualnim teškoćama da učestvuju u sportskim aktivnostima, razvijaju svoje potencijale i budu ravnopravni deo društva. Kroz ovu saradnju promoviramo vrednosti prihvatanja, poštovanja različitosti i inkluzije, gradeći okruženje u kojem je sport dostupan svima. Verujemo da sport povezuje ljude, osnažuje pojedince i doprinosi stvaranju zajednice u kojoj svako ima priliku da ostvari svoj puni potencijal.



„Tvoj pokret. Tvoja snaga“ ka aktivnijem životnom stilu

Kroz partnerstvo sa kompanijom Mercator S, realizovali smo aktivaciju „Tvoj pokret. Tvoja snaga“ u IDEA prodajnom objektu, približavajući građanima korisne informacije i alate za usvajanje zdravijih životnih navika. Posetioци su imali priliku da provere svoju fizičku spremnost, upoznaju se sa osnovnim parametrima telesne kompozicije i dobiju stručne savete za unapređenje fizičke forme i opšteg zdravlja. Ova inicijativa, organizovana u susret Beogradskom maratonu, predstavlja primer uspešne saradnje sa kupcem usmerene na dobrobit zajednice i promociju aktivnog životnog stila, istovremeno podstičući građane svih generacija da naprave prvi korak ka zdravijem i aktivnijem životu.



PODRŽITE
Coca-Cola & Glovo?
DA POMOGNU ONIMA KOJIMA
JE POMOĆ POTREBNA

NARUČI

Coca-Cola i Glovo udružili snage u podršci organizaciji SOS Dečija sela Srbija

Tokom uskršnjeg perioda, koji nas podseća na važnost zajedništva, solidarnosti i brige o drugima, Coca-Cola kompanija, **Coca-Cola HBC Srbija**, tehnološka platforma **Glovo** i organizacija **SOS Dečija sela Srbija**, udružili su snage kako bi pružili podršku porodicama i deci kojima je pomoć najpotrebnija.

Za svaku porudžbinu preko Glovo aplikacije koja je sadržala Coca-Cola proizvod, izdvajana su sredstva za korisnike SOS Dečijih sela Srbije, sa ciljem podrške pripremi i distribuciji obroka. Zahvaljujući ovoj jedinstvenoj saradnji i podršci hiljada potrošača, tokom 2025. godine obezbeđeno je **58.400 obroka** za majke i bebe uključene u Program podrške za majke i bebe u Kraljevu, kao i dodatna podrška drugim korisnicima SOS Dečijih sela Srbije. Ova inicijativa pokazuje kako povezivanjem kompanija, partnera, potrošača i organizacija civilnog društva možemo ostvariti dugoročan i merljiv pozitivan uticaj na lokalne zajednice.

IPRA priznanje i novo poglavlje podrške „5 godina za 5 dečjih klinika“

ROSA kampanja „Dobrodošla, bebo -2025. godine nagrađena je prestižnim priznanjem IPRA Golden World Award u kategoriji zdravstva, kao potvrda dugogodišnje posvećenosti brenda ROSA podršci roditeljima, porodicama i zdravstvenom sistemu. Kampanja je obuhvatila je edukaciju za više od 70% patronažnih sestara u Srbiji, stručne video sadržaje sa psiholozima i psihijatrima, panele i radionice sa roditeljima u gradovima širom Srbije, kao i informativne brošure kreirane u saradnji sa Institutom za mentalno zdravlje.

Rezultati i društveni uticaj ovih aktivnosti doprineli su daljem jačanju saradnje sa zdravstvenim institucijama, koja je krajem 2025. godine potvrđena potpisivanjem protokola o petogodišnjem partnerstvu između brenda ROSA i Ministarstva zdravlja Republike Srbije. U okviru programa „5 godina za 5 dečjih klinika“, partneri će zajednički doprinositi unapređenju uslova lečenja dece i pružanju podrške porodicama širom Srbije.



INICIJATIVE USMERENE NA UPRAVLJANJE AMBALAŽNIM OTPADOM

S obzirom na prirodu i uticaje našeg poslovanja, posvećeni smo saradnji sa partnerima na uspostavljanju infrastrukture za recikliranje u Srbiji, kao i edukaciji i promociji reciklaže kod potrošača. Zalažemo se za DRS (depozitni sistem) za napitke u Srbiji, u skladu sa UNESDA principima i EU PPWR koja je usvojena na nivou Evropske unije i obavezuje države za uspostavljanje DRS za PET i CAN ambalažu u državama članicama od 2029. godine, osim u slučajevima da se visoki ciljevi mogu ispuniti na drugi način.

Principi DRS za koje se zalažemo su usklađeni na nivou Asocijacije proizvođača pića (APP), osnovane 2023. godine od strane 5 kompanija, javno su komunicirani na skupovima i kroz direktne sastanke sa zainteresovanim stranama, uključujući i poslovne asocijacije u kojima je Coca-Cola HBC Srbija član.

Kao kompanija i deo Coca-Cola sistema, kontinuirano radimo na podizanju svesti građana o značaju odgovornog upravljanja ambalažnim otpadom i pravilnog odlaganja ambalaže. Poseban fokus stavljamo na događaje i manifestacije sa velikim brojem posetilaca, gde kroz edukativne aktivnosti, partnerstva i praktična rešenja podstičemo odgovornije ponašanje, reciklažu i aktivno učešće građana u ovoj oblasti.



Gde dobra energija susreće odgovornost

Tokom 2025. godine podržali smo više festivala kroz aktivnosti koje su spojile pozitivnu energiju događaja sa održivim praksama.

- 🔄 Na Ljubav Festivalu, uz naš Plazma karavan i aktivacije, posetioци su imali priliku da postanu šampioni reciklaže – recikliranjem ambalaže osvajali su nagrade i zajedno sa nama širili svest o značaju očuvanja životne sredine.
- 🔄 Na Mountain Music Festu podržali smo održiviju mobilnost posetilaca organizovanjem besplatnog prevoza od smeštaja do lokacije festivala. Kroz korišćenje vozića i minibuseva podstakli smo smanjenje upotrebe automobila i doprineli odgovornijem pristupu organizaciji događaja.
- 🔄 Kao deo Coca-Cola sistema bili smo prisutni i na Arsenal Festu, Lovefestu i Zimskoj bajci, gde smo kroz reciklažne aktivnosti podsticali posetioce da pravilno odlažu PET ambalažu i limenke.
- 🔄 Na Arsenal Festu, koji je okupio više od 35.000 posetilaca, prikupljeno je više od 10.000 limenki koje su upućene na reciklažu, čime je još jednom potvrđeno da velike manifestacije mogu biti platforma za promociju cirkularne ekonomije i odgovornih navika. Na Lovefestu i Zimskoj bajci posetioци su kroz reciklažne zone, promotivne aktivnosti i edukativne sadržaje bili podstaknuti da ambalažu odlažu u za to predviđene reciklažne kontejnere, doprinoseći čistijem festivalskom okruženju i podizanju svesti o značaju reciklaže.



Pokloni sa svrhom: Kako smo spojili reciklažu i solidarnost

Tokom 2025. godine odlučili smo da korporativne poklone osmislimo sa svrhom – kroz podršku cirkularnoj ekonomiji i davanje novog života materijalima iz naših kampanja.

U saradnji sa Eko Bagom, prvim ekološkim socijalnim preduzećem u Srbiji koje zapošljava žene starije od 45 godina, od starih bilborda iz Plazma Comeback kampanje kreirali smo unikatne torbe za naše partnere i zaposlene. Projekat je prepoznat kroz više priznanja za svoj doprinos održivosti i podršku socijalnom preduzetništvu, među kojima je i CSR & ESG Award koji dodeljuje Smart Kolektiv.



Smanjenje viškova hrane

Politika za borbu protiv gubitka hrane Coca-Cola HBC Srbija podrazumeva napore za smanjenje gubitaka u sopstvenim operacijama, kao i saradnju sa širokim krugom zainteresovanih strana i širenje najboljih praksi.

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

Naši ciljevi i aktivnosti prepoznati su i od strane Banke hrane Vojvodina, koja je kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi dodelila priznanja za doprinos smanjenju viškova hrane i podršku zajednici.



PODRŠKA KROZ DONACIJE I SPONZORSTVA

Kao kompanije koje imaju značajan ekonomski i društveni uticaj, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nastoje da doprinesu razvoju lokalnih zajednica stvaranjem dugoročne vrednosti za sve zainteresovane strane. Naš doprinos ostvarujemo kroz ulaganja u društveno odgovorne programe, robne i novčane donacije, kao i kroz sponzorstva kulturnih, sportskih i drugih inicijativa koje doprinose unapređenju kvaliteta života u zajednicama u kojima poslujemo.

Tokom 2025. godine, kroz različite programe i inicijative, u razvoj zajednice uložili smo:

Coca-Cola HBC Srbija	150.660 EUR
Bambi	50.435 EUR
Coca-Cola HBC Srbija	229.644 l proizvoda
Bambi	42 t proizvoda

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

Upiti za sponzorstvo i donaciju se mogu podneti elektronskim putem, kompaniji Coca-Cola HBC Srbija prema smernicama na sajtu kompanije a putem adrese: PR.RS@cchellenic.com, a kompaniji Bambi popunjavanjem formulara na kompanijskom veb-sajtu.

Coca-Cola HBC Fondacija

Od osnivanja 2023. godine, Coca-Cola HBC Fondacija pruža podršku lokalnim zajednicama, posebno u vandrednim situacijama izazvanim prirodnim katastrofama. Tokom 2025. godine, Coca-Cola HBC Grupa izdvojila je dodatnih **5 miliona evra** za rad Fondacije. Sredstva će biti usmerena na jačanje otpornosti zajednica, održiv pristup bezbednoj vodi, lokalni ekonomski razvoj i pomoć u slučaju prirodnih katastrofa.



Podrška u vanrednim situacijama u 2025. godini

Tokom letnjih požara koji su pogodili više delova Srbije, Coca-Cola HBC Srbija donirala je **42.948** litara proizvoda. Zahvaljujući saradnji sa Bankom hrane Vojvodine i Crvenim krstom Srbije, pomoć je u najkraćem roku stigla do ugroženih građana i vatrogasno-spasilačkih jedinica.



30 slova za lakši polazak u školu

Đaci prvaci u Srbiji ove godine su uz Plazma paketiće dobili i Mini Bukvar za lakši polazak u školu, kao podršku deci i roditeljima u jednom od najvažnijih životnih trenutaka. Projekat „Bukvar za roditelje“, koji je Plazma realizovala uz stručnu podršku Novak Đoković Fondacije, obuhvatio je 30 ključnih tema koje roditeljima pomažu da se lakše snađu u prvim školskim danima.

Projekat su podržale brojne ugledne ličnosti iz različitih oblasti – pedagogije, psihologije, sporta, kulture i medija – koje su svojim iskustvima doprinele da Bukvar postane praktičan vodič i podrška roditeljima. Kroz platformu projekta, svako slovo ima svog „ambasadora“ koji dodatno približava teme i pruža korisne savete porodicama.

Nakon Mini Bukvara, predstavljen je i Veliki Bukvar za roditelje, sveobuhvatan vodič namenjen svim porodicama koje prolaze kroz period prilagođavanja na nove školske obaveze.



Bambi uz najmlađe i njihove porodice u važnim trenucima

Već treću godinu zaredom, đake prvake širom Srbije obradovali su Plazma paketići sa školskim torbama, sveskama, rasporedima časova i Bambi proizvodima, realizovani u saradnji sa Ministarstvom prosvete Republike Srbije. Ove godine projekat je dodatno proširen i postao regionalan, pa je podrška prvacima realizovana na četiri tržišta – Srbiji, Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini i Severnoj Makedoniji, a ukupno smo obradovali čak **130 hiljada mališana** u Srbiji i regionu.

Tradicionalno, Plazma je bila deo i poklon paketa namenjenih porodilištima širom Srbije. Kroz „Taši Taši“ pakete, Bambi je obradovao **60.000 mama**, pružajući podršku porodicama u jednom od najvažnijih trenutaka – dolasku novog člana porodice.



VOLONTIRANJE



Ulaganje vremena i veština u doprinos zajednici je više od 20 godina deo naše kompanijske kulture. U volonterskim akcijama i mentorskim i edukativnim programima u 2025. godini učestvovalo je 189 zaposlenih kompanije Coca-Cola HBC Srbija, koji su na taj način donirali zajednici 5.127 volonterskih sati, kao i 72 zaposlenih kompanije Bambi, koji su zajednici donirali 288 volonterskih sati. Kroz zajednički rad, solidarnost i posvećenost, ostvarili smo značajan pozitivan uticaj na decu, mlade, lokalne zajednice i životnu sredinu.

Ekološka akcija na Vlasini



Početak nove faze projekta „Vlasina – čista ljubav“ obeležen je volonterskom akcijom na Vlasinskom jezeru, u kojoj je učestvovalo više od 30 zaposlenih kompanije uključujući i kolege iz punionice Rosa vode „Vlasinka“, zajedno sa predstavnicima lokalne zajednice, pod stručnim vođstvom Prirodno-matematičkog fakulteta u Nišu. Tokom akcije sprovedeno je presađivanje autohtonih vrsta drveća i revitalizacija erodiranih delova obale, sa ciljem stabilizacije zemljišta, sprečavanja dalje erozije i očuvanja lokalnog ekosistema.

Prenošenje znanja i veština mladima



Tokom 2025. godine, preko 50 naših kolega, sa bogatim profesionalnim iskustvom aktivno je učestvovalo u inicijativama namenjenim mladima. Kroz mentorstvo, edukativne aktivnosti i deljenje praktičnih znanja iz različitih poslovnih oblasti, pružili su podršku u razvoju profesionalnih i ličnih veština, inspirišući mlade i pomažući im da se uspešnije pripreme za buduće karijerne izazove.

Volontiranje u SOS Dečijim selima



U aprilu 2025. godine, naše kolege su kroz učešće u kreativnim radionicama farbanja uskršnjih jaja u SOS Dečijim selima u Beogradu, Nišu i Obrenovcu uneli radost i prazničnu atmosferu među mališane u ovim ustanovama. Ovom akcijom pružili smo podršku korisnicima i doprineli stvaranju toplog i radosnog ambijenta. Ova akcija je bila sastavni deo šire kampanje Coca-Cola sistema i Glova za pomoć porodicama kojima je podrška najpotrebnija.

Naši humanitarni bazari, prilika za druženje i dobra dela



Na tradicionalnom novogodišnjem Coca-Cola HBC Srbija humanitarnom bazaru učestvovalo je 105 kolega, organizovanih u 13 timova. Zaposleni su pripremali domaće proizvode, rukotvorine, poklone i hranu, koje su prodavali na internom bazaru. Zahvaljujući njihovom trudu, kao i dupliranju prikupljenog iznosa od strane kompanije, ukupna donacija je premašila 960.000 RSD, čime smo omogućili značajnu podršku Dnevnom boravku za decu i mlade sa smetnjama u razvoj u Paraćinu.



Takođe, zaposleni kompanije Bambi organizovali su u R&D centru u Požarevcu Uskršnji humanitarni bazar, a sva prikupljena sredstva u iznosu od 173.000 RSD donirana su Udruženju gluvih i naglavih osoba iz ovog grada. Ovom prilikom, čak 59 kolega predstavilo je svoje domaće poslastice, ručne radove i pažljivo aranžirane poklon pakete, dok su najmlađi Bambijevci uživali u kreativnim sadržajima i aktivacijama inspirisanim uskršnjim praznicima.



O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks

GRI INDEKS



O nama

Tržište

Naši ljudi

Životna sredina

Zajednica

GRI indeks

GRI INDEKS

IZJAVA O KORIŠĆENJU STANDARDA

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi izvestile su o informacijama navedenim u GRI indeksu za period 01.01.2025. – 31.12.2025. uz korišćenje (with reference) GRI Standarda.

Ciklus izveštavanja: jednogodišnji

KORIŠĆENI GRI 1

GRI 1: Foundation 2021

KONTAKT OSOBA

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

Jovana Božicković
Ekspertkinja za interne komunikacije
jovana.bozickovic@bambi.rs

DATUM OBJAVLJIVANJA

08.09.2026.



GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIP GLOBALNOG DOGOVORA UN
	OPŠTI PODACI			
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Osnovni podaci o kompaniji	6		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-2 Entiteti uključeni o izveštaj o održivosti	6, 114		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-3 Period i dinamika izveštavanja, kontakt osoba u vezi sa izveštajem	114		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-4 Korekcije podataka	74		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-5 Eksterna verifikacija	68		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-6 Aktivnosti, lanac vrednosti i drugi poslovni odnosi	6-7		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-7 Zaposleni	48-49	Cilj 8	Princip 6
GRI 2: General Disclosures 2021	2-8 Drugi radnici	48-49	Cilj 8	Princip 6
GRI 2: General Disclosures 2021	2-9 Struktura i sastav organa upravljanja	21	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-10 Imenovanje i izbor najvišeg upravljačkog tela	21	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-11 Predsedavajući najvišeg upravljačkog tela	21	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-12 Uloga najvišeg upravljačkog tela u nadzoru nad upravljanjem uticajima	21		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-13 Delegiranje odgovornosti za upravljanje uticajima	21		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-14 Uloga najvišeg upravljačkog tela u izveštavanju o održivosti	21		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-15 Sukob interesa	24	Cilj 16	
GRI 2: General Disclosures 2021	2-18 Evaluacija učinka najvišeg upravljačkog tela	21		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-19 Politika naknada	21		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-20 Proces za određivanje naknada	21		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-22 Izjava o strategiji održivog razvoja	4-5		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-23 Usvojene politike – poslovna etika i ljudska prava	23, 43-45, 63-64	Cilj 16	Princip 10
GRI 2: General Disclosures 2021	2-24 Sprovođenje usvojenih politika	23, 43-45, 63-64		

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIP GLOBALNOG DOGOVORA UN
GRI 2: General Disclosures 2021	2-26 Mehanizmi za savetovanje i pokretanje pitanja primene	23	Cilj 16	Princip 10
GRI 2: General Disclosures 2021	2-27 Usklađenost sa zakonima i propisima	21		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-28 Članstvo u udruženjima	20		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-29 Pristup uključivanju zainteresovanih strana	18-20		
GRI 2: General Disclosures 2021	2-30 Kolektivni ugovor	51	Cilj 8	Princip 3
	MATERIJALNE TEME			
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Proces za određivanje materijalnih tema	18-20		
GRI 3: Material Topics 2021	3-2 Lista materijalnih tema	19		
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	69, 73-74 88-89, 93-95 48, 51-52 63-64, 64 58-59, 35 36-37, 41-45 102-103		
	EKONOMSKI UČINAK			
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Ddirektna generisana i distribuirana ekonomska vrednost	8	Ciljevi 2,5,7,8,9	
GRI 201: Economic Performance 2016	201-2 Finansijske posledice i drugi rizici i prilike za poslovanje kompanije usled klimatskih promena	73	Cilj 13	
	PRAKSE NABAVKE			
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Udeo potrošnje na lokalne dobavljače na značajnim lokalitetima poslovanja	41		

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIP GLOBALNOG DOGOVORA UN
	VODA			
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Procenat i ukupan broj poslovnih jedinica podvrgnutih analizi rizika od korupcije	24-25	Cilj 16	Princip 10
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-2 Komunikacija i obuke o antikorupcijskim procedurama i politikama	25	Cilj 16	Princip 10
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-3 Potvrđeni slučajevi korupcije i preduzete mere	25		
	ANTIKOMPETITIVNO PONAŠANJE			
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1 Pravni postupci pokrenuti zbog ponašanja u suprotnosti sa načelom slobodne tržišne konkurencije, trustovskih i monopolističkih praksi	25	Cilj 16	
	MATERIJALI			
GRI 301: Materials 2016	301-1 Upotrebljeni materijali prema težini ili zapremini	84-85	Ciljevi 8, 12	Principi 7, 8
GRI 301: Materials 2016	301-2 Upotrebljeni ulazni materijal koji je recikliran	85	Ciljevi 8, 12	Principi 7, 8
GRI 301: Materials 2016	301-3 Preuzeti proizvodi i njihovi ambalažni materijali	89	Ciljevi 8, 12	Principi 7, 8
	ENERGIJA			
GRI 302: Energy 2016	302-1 Potrošnja energije unutar kompanije	80-81	Ciljevi 7,8,12,13	Principi 7,8
GRI 302: Energy 2016	302-2 Potrošnja energije van kompanije	82	Ciljevi 7,8,12,13	Princip 7
GRI 302: Energy 2016	302-3 Energetski intenzitet	79	Ciljevi 7,8,12,13	Princip 9
GRI 302: Energy 2016	302-4 Smanjenje potrošnje energije	79, 83	Ciljevi 7,8,12,13	Principi 8, 9
GRI 302: Energy 2016	302-5 Smanjenje u energetske zahtevima proizvoda i usluga	79, 83	Ciljevi 7,8,12,13	Principi 8, 9
	VODA			
GRI 303: Water and effluents	303-3 Crpljenje vode	95-96	Ciljevi 6, 12	Principi 7, 8
GRI 303: Water and effluents	303-4 Ispuštanje vode	97	Ciljevi 6, 12	Principi 7, 8
GRI 303: Water and effluents	303-5 Potrošnja vode	95-96	Ciljevi 6, 12	Principi 7, 8

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIP GLOBALNOG DOGOVORA UN
	BIODIVERZITET			
GRI 101: Biodiversity 2024	101-1 Politike koje se odnose na zaustavljanje i preokretanje gubitka biodiverziteta	98	Ciljevi 6, 14,15	Principi 7, 8
GRI 101: Biodiversity 2024	101-2 Upravljanje uticajima na biodiverzitet	98	Ciljevi 6, 14,15	Princip 7
	EMISIJE			
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direktne emisije gasova staklene bašte (ghg – scope 1)	75-78	Ciljevi 3, 12,13,15	Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-2 Indirektne emisije gasova staklene bašte (ghg – scope 2)	75-78	Ciljevi 3,12,13, 15	Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-3 Druge indirektne emisije gasova staklene bašte (ghg – scope 3)	75-78		Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-5 Smanjenje emisija gasova staklene bašte	74, 77		Principi 7,8,9
GRI 305: Emissions 2016	305-6 Emisije supstanci koje oštećuju ozonski omotač	87		Principi 7,8
GRI 305: Emissions 2016	305-7 NOX, SOX i druge značajne emisije u vazduh	86		Principi 7,8
	OTPAD			
GRI 306: Waste 2020	306-1 Generisanje otpada i značajni uticaji u vezi sa otpadom	90-91	Ciljevi 3, 6, 12	Princip 8
GRI 306: Waste 2020	306-2 Upravljanje značajnim uticajima u vezi sa otpadom	90-91		
GRI 306: Waste 2020	306-3 Generisani otpad	90-92		
GRI 306: Waste 2020	306-4 Otpad preusmeren od odlaganja	90-92		
GRI 306: Waste 2020	306-5 Otpad usmeren na odlaganje	90-92		
	EKOLOŠKA PROCENA DOBAVLJAČA			
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 Procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti analitičkom pregledu prema kriterijumima vezanim za uticaj na životnu sredinu	45		Princip 7
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-2 Značajni ostvareni i potencijalni negativni uticaji na životnu sredinu kroz lanac dobavljača i preduzete mere	45		

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIP GLOBALNOG DOGOVORA UN
	ZAPOSŁJAVANJE			
GRI 401: Employment 2016	401-1 Ukupan broj novozaposlenih i fluktuacija zaposlenih	49-50	Ciljevi 5,8	Princip 6
GRI 401: Employment 2016	401-2 Beneficije osigurane zaposlenima sa punim radnim vremenom	55	Cilj 8	
GRI 401: Employment 2016	401-3 Pporodiljsko odsustvo	55	Ciljevi 5,8	Princip 6
	ODNOS ZAPOSLENIH I MENADŽMENTA			
GRI 402: Labor/Management Relations 2016	402-1 Najmanji period u kome se unapred obaveštava o promenama u poslovanju	51	Cilj 8	Princip 3
	BEZBEDNOST I ZDRAVLJE NA RADU			
GRI 403: Occupational H&S 2018	403-1 Sistem upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu	58-59	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational H&S 2018	403-2 Identifikacija, procena i istraga rizika	58-59	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational H&S 2018	403-4 Učešće, savetovanje i komunikacija sa zaposlenima u vezi sa bezbednošću i zdravljem na radu	61	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational H&S 2018	403-5 Obuke o zdravlju i bezbednosti na radu	59-60	Ciljevi 3,8	
GRI 403: Occupational H&S 2018	403-9 Ppovrede na radu	61-62	Ciljevi 3,8	
	OBUKE I OBRAZOVANJE			
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Prosečan broj sati obuke po zaposlenom	66	Cilj 8	Princip 6
GRI 404: Training and Education 2016	404-2 Programi za unapređenje veština zaposlenih i programi podrške pri penzionisanju ili prekidu radnog odnosa	64-66	Cilj 8	
GRI 404: Training and Education 2016	404-3 Procenat zaposlenih koji dobijaju redovnu ocenu radnog učinka i karijernog razvoja	64	Ciljevi 5,8	Princip 6

GRI STANDARD	STAVKA	STRANA	CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	PRINCIP GLOBALNOG DOGOVORA UN
	RAZLIČITOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI			
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Sastav upravljačkih tela i struktura zaposlenih	50	Ciljevi 5, 8	
	NEDISKRIMINACIJA			
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	406-1 Slučajevi diskriminacije i preduzete korektivne mere	64		Principi 2, 4, 5
	PROCENA DOBAVLJAČA – UTICAJI NA DRUŠTVO			
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 Novi dobavljači podvrgnuti analitičkom pregledu u vezi sa društvenim uticajima	45	Cilj 8	Principi 2, 4, 5
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-2 Značajni ostvareni i potencijalni negativni uticaji na društvo kroz lanac dobavljača i preduzete mere	45	Cilj 8	
	ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA			
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Procena zdravstvenih i bezbednosnih uticaja kategorija proizvoda i usluga	35		
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-2 Slučajevi nepridržavanja u vezi sa zdravstvenim i bezbednosnim uticajima proizvoda i usluga	35	Cilj 16	
	MARKETING I OZNAČAVANJE PROIZVODA			
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Zahtevi u vezi sa pružanjem informacija i označavanjem proizvoda i usluga	36-38	Cilj 12	
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-2 Slučajevi nepridržavanja propisa u vezi sa pružanjem informacija i označavanjem proizvoda i usluga	38	Cilj 16	