

NAŠIH PRVIH 25 GODINA OBELEŽENO RASTOM I ODRŽIVIM POSLOVANJEM

Nataša Stojković

Foto: Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora

Coca-Cola HBC Srbija u svim svojim punionicama koristi 100% električne energije proizvedene iz obnovljivih izvora. Već nekoliko godina implementiramo projekat „zelene flote“, koristeći tečni naftni gas za našu flotu automobila. Menjamo i rashladnu opremu, i na taj način dajemo doprinos smanjenju emisija CO₂.

U julu 2018. godine došli ste na mesto generalnog direktora kompanije Coca-Cola HBC za tržišta Srbije i Crne Gore. Kakva su tada bila očekivanja od ovdašnjeg tržišta, a kakva su sada?

Ovo tržište je oduvek veoma važno u Coca-Cola HBC Grupi i posmatra se kao jedno od rastućih tržišta sa odličnim rezultatima, iz kojih su uvek dobro odmerene inovacije.

Jul 2018. godine iz ove perspektive deluje dosta daleko, baš zbog toga što su, posebno prethodne tri godine, obeležene izuzetno velikim izazovima za poslovanje. Kada se osvrnem, rekao bih da je jedina konstanta na tržištu bila upravo – promena. Shodno tome, i jedini mogući odgovor uspešnih poslovnih sistema bio je: agilnost i prilagođavanje.

Izuzetna vremena traže izuzetne ljude. Nije bilo lako suočiti i suočavati se sa globalnom epidemiološkom, energetskom i ekonomskom krizom, geopolitičkim nestabilnostima i ostati agilan. Ipak, imam sreću da radim sa timom neverovatnih ljudi, koji stalno podižu lestvicu, uvek su spremni da uče i rastu, i koji posvećeno i sa strasću podržavaju naše potrošače, kupce i partnere. Isto tako, nije im teško

da se prihvate volontiranja, da posadimo drveće, očistimo otpad iz reke ili spremimo poklone za one koji nemaju.

Kad imate takav tim, imate ne samo dobre poslovne rezultate i liderstvo u našoj grani industrije, već zaista menjate sliku o ulozi biznisa u jednoj zajednici.

Coca-Cola HBC je jedan od retkih poslovnih sistema koji sa uspehom kontinuirano posluje u Srbiji 25 godina. Šta je sve obeležilo rad kompanije u ovom periodu?

Ako se samo setimo tržišta krajem devedesetih godina prošlog veka i pogledamo tržište danas, videćemo koliko smo imali tektonskih promena. Iz ove perspektive, 25 godina kasnije, moram reći da sam ponosan što smo i mi kao kompanija često donosili tim promenama na tržišnom reljefu. Donosili smo nove standarde, inovirali i menjali tržište na bolje.

Birajući kako da opišem prvih 25 godina, rekao bih: kontinuirani rast i održivo poslovanje.

U 2021. godini, i dalje izazovnoj za biznise, sistem Coca-Cola u Srbiji i Bambi doprineli su sa 360 miliona evra dodate vrednosti domaćoj ekonomiji. To čini 0,7% BDP-a Republike Srbije.

Kad kažem rast, mislim na pet velikih investicija u 25 godina. Podsetiću da smo 2005. godine kupili Vlasinku, gde danas proizvodimo jedan od bisera naše ponude: prirodnu izvorsku vodu Rosa. Godinu kasnije kupujemo Fresh&Co, potom 2015. godine otvaramo Regionalni centar za sokove. Značajan iskorak pravimo 2019. godine, kupovinom kompanije Bambi, čime dopunjujemo naš portfolio i omiljenim Bambi konditorima. I najnovije, u maju ove godine otvorili smo našu prvu fabriku gazirane vode Rosa Homolje.

Od samo četiri brenda koja smo imali na početku došli smo do sveobuhvatnog 24/7 portfolija, koji je apsolutno jedinstven na tržištu. Nudimo proizvode za svaku priliku, od jutarnje kafe, preko različitih napitaka koji odlično idu uz ručak, rešenja za konzumaciju kod kuće, do večernjih koktela.

Pet je investicija, ali je još važnije istaći da smo imali kontinuitet u ulaganjima svih ovih 25 godina. To znači kontinuirane podsticaje ekonomskom razvoju cele zemlje, ali i osnaživanje svih naših kupaca i partnera, koji su važan deo ovog uspeha.



Za sve to vreme, trudili smo se da nas u poslovnim odlukama vode principi održivosti, jer je briga o biznisu istovremeno i briga o ljudima, prirodi, zajednici. Zbog toga smo u široj zajednici i prepoznati kao jedan od lidera održivog poslovanja, jer smo uvek među pokretačima i učesnicima dijaloga o održivosti i primeni održivih praksi, jer brinemo o resursima, jer slušamo potrebe zajednica i odgovaramo na njih.

U još jednoj izazovnoj godini, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nastavili su sa inovacijama i razvojem biznisa. Izdali ste 5. Studiju o društveno ekonomskom uticaju. Koliki je doprinos sistema Coca-Cola u Srbiji?

Tek kad izmerite doprinos kroz jednu ovakvu studiju, koja se inače radi po metodologiji dobitnika Nobelove nagrade za ekonomiju, shvatite koliko je veliki uticaj sistema na domaću ekonomiju. Podeliću samo neke od ključnih rezultata.

U 2021. godini, i dalje izazovnoj za biznise, sistem Coca-Cola u Srbiji i Bambi doprineli su sa 360 miliona evra dodate vrednosti

U državni budžet uplatili smo 55 miliona evra direktnih poreskih prihoda i podržali još 144 miliona evra poreza u celokupnom lancu vrednosti sistema, što znači da 1% ukupnog poreskog prihoda u zemlji generišu sistem Coca-Cola i Bambi.

domaćoj ekonomiji. To čini 0,7% BDP-a Republike Srbije.

Na drugom mestu istakao bih naš doprinos zapošljavanju. Za svako direktno radno mesto u našem sistemu, podržavamo još 8 mesta u lancu vrednosti.

U državni budžet uplatili smo 55 miliona evra direktnih poreskih prihoda i podržali još 144 miliona evra poreza u celokupnom lancu vrednosti sistema, što znači da 1% ukupnog poreskog prihoda u zemlji generišu sistem Coca-Cola i Bambi.

I ono što je veoma važno, i što govori o domaćem karakteru naših kompanija – na svaki evro koji potrošač odvoji za proizvod Coca-Cole ili Bambija koji su proizvedeni u Srbiji, 70 evrocenti ostaje u domaćoj ekonomiji.

Cifre su zaista impozantne, ali bih voleo da istaknem šta se nalazi iza brojeva. Naše

kompanije se oslanjaju na domaće dobavljače, grade partnerske odnose sa kupcima, zapošljavaju lokalnu radnu snagu i partner su na kojeg zajednice mogu da računaju. I to je naš najveći doprinos društveno-ekonomskom mozaiku Srbije.

Da li su kriza i inflacija u kojoj se nalazimo uticale na vaše poslovanje i na nabavku sirovina?

Lanac nabavke sirovina je izuzetno volatilan još od 2020. godine i početka pandemije virusa korona. Kao i na svaku promenu, odreagovali smo brzo i agilno prilagođavajući se. Sredinom ove godine bilo je izvesnih izraženijih problema u nabavci sirovina, ali se situacija sada stabilizovala, bar kada govorimo o ključnim sirovinama za naše poslovanje: šećer, plastika, staklo.

Kad je reč o inflaciji, verujem projekcijama međunarodnih finansijskih i domaćih insti-



tucija koje govore da je inflatorna spirala dostigla vrhunac i da nas, već od sredine naredne godine, očekuje posustajanje inflacionih kretanja.

U borbi sa inflacijom, rastućim cenama energenata i geo-političkom neizvesnošću, gde je mesto za održivost i zelene politike?

Odlično pitanje! I odmah da odgovorim – održivost ne sme da izgubi svoje mesto u biznis prioritetima.

Istina je da je biznisima, u uslovima rastućih ulaznih troškova, od sirovina preko energije, čak i radne snage, veoma teško da zadrže kurs stabilnog poslovanja. Ipak, od zelenih politika ne smemo odustati. Naprotiv, mislim da možemo posmatrati zelene politike i kao jedan od načina za prevazilaženje ove krize. Pogledajmo samo rastuću energetske krizu, jednu od najvećih sa kojom se svet suočava. Kad bismo se više oslanjali na obnovljive izvore energije, gradili i koristili iste, deo rešenja bi bio tu.

Coca-Cola HBC Srbija u svim svojim punionicama koristi 100% električne energije proizvedene iz obnovljivih izvora. Već nekoliko godina implementiramo projekat „zelene flote“, koristeći tačni naftni gas za našu flotu automobila. Menjamo i rashladnu opremu, i na taj način dajemo doprinos smanjenju emisija CO₂.

Aktivnosti je zaista mnogo, ali ne odustajemo od održivog poslovanja, svesni da je cena koju sada plaćamo mnogo manja nego cena koju ćemo svi zajedno platiti ako ne ostavimo bolju planetu u nasleđe generacijama naše dece.

Coca-Cola HBC je ponovo lider na indeksu održivosti Dow Jones. Šta za vas znači ovaj rejting?

Tako je, indeks održivosti Dow Jones, kao jedan od vodećih svetskih indeksa održivosti, rangirao je Coca-Cola HBC na prvo mesto, kao najodrživiju kompaniju u kategoriji proizvođača pića. Već 12 godina zaredom smo među prve tri kompanije na listi, a ovo je šesti put da smo lider u našoj industriji.

DJSI rangiranje za nas je potvrda da smo na dobrom putu, kao i prepoznavanje svega što radimo kad su u pitanju ESG kri-

Nekada je potrošač tražio samo proizvod, a sada treba uz proizvod da pokažete i na koji način tretirate ljude i partnere, kako se ophodite prema resursima, šta radite za zajednicu.

terijumi (environmental, social, governance – životna sredina, socijalna politika i korporativno upravljanje). Nastavljamo ka našoj misiji da do 2040. godine budemo ugljenično neutralni, a da do 2030. godine prikupimo i recikliramo onoliko limenki i boca koliko plasiramo na tržište. Ovo su

dva važna cilja i ostajemo posvećeni njihovom ispunjenju, svesni da su važni za nas, ali i za buduće generacije.

Kako uspevate da već decenijama zadržite stare i pridobijete nove potrošače u velikoj konkurenciji?

U suštini, svodi se na beskompromisni kvalitet i osluškivanje potreba potrošača.

Nekada je potrošač tražio samo proizvod, a sada treba uz proizvod da pokažete i na koji način tretirate ljude i partnere, kako se ophodite prema resursima, šta radite za zajednicu.

Zato nije više važno samo šta imate na polici u marketu, već kakvu priču vaš proizvod nosi od nastanka do te iste police. Verujem da naša liderska pozicija potvrđuje da naši potrošači upravo prepoznaju taj put i poklanjaju nam svoje poverenje.

Vaša kompanija sarađuje sa više od 37.000 kupaca. Da li je kompleksno raditi sa tako velikim brojem partnera?

Kratak odgovor bi bio i da i ne. Postoje momenti kada nije lako zadovoljiti potrebe svakog kupca, svakog partnera, a



dobar sistem treba podjednako uspešno da odgovori na potrebe svih, bez obzira na to koliki prodajni volumen postižu. Ali tu je zapravo ona odlučujuća, fina razlika – u našem poslovnom sistemu svaki partner ima jednak značaj. I to je jedini način da funkcionišemo, da rastemo zajedno.

Ne samo da sarađujemo, već, mi u Coca-Cola HBC, idemo i korak dalje. Ove godine smo pokrenuli jedan veoma važan projekat, Coke Academy. U pitanju je jedinstvena podrška partnerima, koja za cilj ima njihovo osnaživanje, da im prenesemo naš know-how, da im deljenjem svoje ekspertize pomognemo da uspešno posluju i u turbulentnim vremenima.

To je naš odgovor na njihove potrebe, svesni da je snažna mreža partnerstava najzaslužnija za naš rast u prethodnih 25 godina.

Koji biste poslovni poduhvat izdvojili u 2022. godini?

Ove godine smo pokrenuli jedan veoma važan projekat, Coke Academy. U pitanju je jedinstvena podrška partnerima, koja za cilj ima njihovo osnaživanje, da im prenesemo naš know-how, da im deljenjem svoje ekspertize pomognemo da uspešno posluju i u turbulentnim vremenima.

Bez dileme to je otvaranje punionice gazirane vode Rosa Homolje, u Neresnici, Kučevo.

Pored toga što smo na taj način zaokružili naš portfolio 24/7, uložili oko 5 miliona evra samo u prvoj fazi i zaposlili 50 radnika, najponosniji sam na naš doprinos ekonomskom oživljavanju ovog kraja istočne Srbije.

Baš sam ovih dana pročitao da je najveći rast zarada u Srbiji 2022. godine ostvaren upravo u Kučevu. Raduje me što smo deo tog pozitivnog ekonomskog impulsa i verujem da će naša Rosa Homolje biti izvor mnogih drugih uspešnih priča.

Skoro pet godina ste u Srbiji. Šta vam se dopada, a šta ne?

Dolazim iz Bugarske, a Srbija i Bugarska su u pogledu mentaliteta, ali i kulturološki, veoma slične. Svemu pristupamo srčano, otvoreno, gostoprimljivi smo. Možda je to jedan od razloga zašto zaista Srbiju osećam kao svoju drugu domovinu. To nije samo zemlja u kojoj živim i radim poslednjih četiri i po godine, već je u Srbiji i moja porodica, ovde se školuju i moja deca.

Srbija je zemlja ljudi sa preduzetničkim duhom, veoma agilnih, ali i ambicioznih ljudi. I to je ono što me oduševljava!

Mislim da je zemlja velikog potencijala, prirodnih lepota koje me i dalje, posle svih godina, oduševljavaju, jer otkrijem neki novi biser, poput naše Vlasine ili Homolja.▣

