



STVARAMO BOLJU BUDUĆNOST ZAJEDNO

_2018



Coca-Cola HBC
Serbia



Poštovani partneri,

Ispred vas se nalazi šesti lokalni izveštaj o održivosti kompanije Coca-Cola HBC Srbija.

U ovogodišnjem izveštaju obradili smo veći broj indikatora, nego u 2017. godini, kako bismo, kao kompanija, pokazali potpunu otvorenost i kako bismo svoje poslovne rezultate podelili sa zainteresovanim stranama i javnošću uopšte. Posebno me raduje činjenica što vam u ovom dokumentu prvi put predstavljamo nove ciljeve održivosti kompanije Coca-Cola Hellenic, koje smo odredili i na koje smo se usmerili sa velikom ambicijom. Od danas, za nas to predstavlja veoma ozbiljan zadatak, a naša misija jeste održivost.

Protekla godina je bila izuzetno važna za našu kompaniju, jer smo proslavili pola veka od kada je prva Coca-Cola bočica proizvedena u pogonu koji se i danas nalazi u Zemu.

Ime jednog od navoljenijih brendova na svetu je još tada bilo ispisano ćirilicom na etiketi bočice. Tom prvom bočicom kreirana je bliska veza između naše kompanije i potrošača u Srbiji.

Tokom tog perioda, tokom tih 50 godina, porasli smo sa 30 na preko 1000 zaposlenih i svih tih godina bili smo aktivan i važan član ekonomske i društvene zajednice Srbije. Zahvalni smo svim zaposlenima u kompaniji, ali i kupcima, dobavljačima, potrošačima, kao i partnerima što su pomogli da postanemo poslovni lider u ovoj lokalnoj zajednici.

Čitajući ovaj izveštaj, koji na transparentan način prikazuje rezultate naše kompanije u 2018. godini, doći ćete do zaključka da je protekla godina bila ne samo poslednja lestvica u poslovanju, već da ona predstavlja i našu ulaznicu u novu poslovnu epohu kompanije.

Dokaz za to jeste i objavljeni proces akvizicije najpovoljnijeg proizvođača u kategoriji grickalica i konditorskih proizvoda – kompanije Bambi.

Akvizicija potvrđuje da Srbija predstavlja vrlo atraktivno odredište za strane investicije, ali i dokaz o tome da je naša kompanija čvrsta u odluci da ostane integralni deo lokalne zajednice u kojoj posluje, kao i u nameri da nastavi da razvija svoje poslovanje u ovoj zemlji. Siguran sam da će naši globalni brendovi, udruženi sa Bambijevim vodećim proizvodima, biti prava dobitna kombinacija.

Hvala vam što ste činili važan element naših dosadašnjih uspeha i što ste i dalje spremni da stvaramo bolju budućnost zajedno.

S poštovanjem,
Svetoslav Atanasov

SADRŽAJ

- 02 UVODNA REČ
- 04 NAŠ PRISTUP IZVEŠTAVANJU

05 O KOMPANIJI

- 06 COCA-COLA HBC GRUPA
- 06 COCA-COLA HBC SRBIJA
- 09 EKONOMSKI POKAZATELJ
- 11 STRATEŠKI PRISTUP ODRŽIVOSTI
- 13 UKLJUČIVANJE ZAINTERESOVANIH STRANA
- 13 MATERIJALNOST
- 14 UPRAVLJANJE
- 16 KODEKS POSLOVNOG PONAŠANJA

18 TRŽIŠTE

- 20 UPRAVLJANJE KVALITETOM PROIZVODA
- 21 ZDRAVLJE POTROŠAČA
- 23 DODATA VREDNOST ZA KUPCE
- 24 ODRŽIVI SISTEM SNABDEVANJA

26 RADNO OKRUŽENJE

- 28 FER RADNO OKRUŽENJE
- 32 PRIVRŽENOST ZAPOSLENIH
- 34 RAZVOJ ZAPOSLENIH
- 36 ZDRAVLJE I BEZBEDNOST

39 ŽIVOTNA SREDINA

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

58 ZAJEDNICA

- 60 RAZVOJ ZAJEDNICE I PODRŠKA U VANREDNIM SITUACIJAMA
- 63 RAZVOJ MADIH
- 68 ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE I VODNIH RESURSA

70 GRI INDEKS I INDIKATORI

NAŠ PRISTUP IZVEŠTAVANJU

Pred vama je šesti lokalni izveštaj o održivom poslovanju kompanije Coca-Cola HBC Srbija, objavljen sa namerom da pružimo transparentan uvid u strateške ciljeve održivosti i ostvareni napredak u 2018. godini. Pored lokalnog izveštaja, svake godine izveštavamo i centralu Coca-Cola HBC Grupe, koja objavljuje integrisani izveštaj o postignutim rezultatima u svih 28 zemalja u kojima je prisutna.

Lokalni izveštaj o održivosti za 2018. godinu je, kao i svi prethodni, u potpunosti usklađen sa zahtevima najzastupljenije svetske metodologije u toj oblasti – GRI, što predstavlja skraćenicu od Global Reporting Initiative. Prateći aktuelnu revidiranu verziju smernica, GRI standarde, kompanija izveštava u skladu sa osnovnom (Core) opcijom izveštavanja. Shodno strateškom sporazumu između Global Reporting Initiative i Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija, ovaj izveštaj, takođe, odgovara i zahtevima GDUN za izveštavanje o napretku.

Podaci koji su dati u Izveštaju, ukoliko nije drugačije navedeno, odnose se na poslovanje Coca-Cola HBC Srbija u 2018. godini (zaključno sa 31. decembrom. 2018), uključujući dve punionice (Beograd, Vlasinka) i tri distributivna centra. Posebno je naglašeno, govori li se o opštim informacijama, kada se narativne tvrdnje, ili kvantifikacije, odnose na kompaniju Coca-Cola ili Cola-Cola sistem. Detaljne finansijske informacije dostupne su u okviru Finansijskog izveštaja za 2018. godinu.

Osoba zadužena za kontakt u vezi sa pitanjima i sugestijama koji se odnose na Izveštaj jeste:



Jovana Paljić



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



jovana.paljic@cchellenic.com



+381 11 3073 423

O KOMPANIJI

- Coca-Cola HBC grupa
- Coca-Cola HBC Srbija
- ekonomski pokazatelj
- strateški pristup održivosti
- uključivanje zainteresovanih strana
- materijalnost
- upravljanje
- kodeks poslovnog ponašanja



COCA-COLA HBC GRUPA

Coca-Cola HBC Srbija jeste članica Coca-Cola HBC Grupe, jedne od najvećih punionica proizvoda Coca-Cola na svetu, sa sedištem u švajcarskom gradu Cug. Godišnja prodaja Coca-Cola HBC Grupe iznosi preko dve milijarde jedinica. Coca-Cola HBC posluje u 28 zemalja, ima 52 punionice, 148 distributivnih centara i skladišta i 257 linija za punjenje. Grupa direktno zapošljava 28.884 osobe, saraduje sa 32.000 dobavljača a proizvodi Grupe stižu do šest stotina pet miliona ljudi na tri kontinenta.

Coca-Cola HBC Grupa listovana je u sam vrh Londonske berze, što svedoči o njenoj finansijskoj snazi, internacionalnom karakteru biznisa i akcionarske baze, kao i transparentnim i naprednim praksama korporativnog upravljanja. Kompanija, uz to, jeste lider i u oblasti održivosti. Dow Jones World and Europe Sustainability indeks prepoznali su Coca-Cola HBC Grupu kao jednu od tri vodeće kompanije u sektoru napitaka, kako u Evropi, tako i globalno, nakon što je četiri godine zaredom bila lider u sektoru.

Coca-Cola HBC Grupa posvećena je konstantnom unapređenju, inoviranju i optimizaciji svojih operacija, kako bi poslovanje učinila još efikasnijim i održivijim. Integrisani izveštaj Coca-Cola HBC za 2018. dostupan je na:

<https://coca-colahellenic.com/en/investors/2018-integrated-annual-report/>

COCA-COLA HBC SRBIJA

COCA-COLA HBC SRBIJA PUNI, PRODAJE I DISTRIBUIRA NAJPOZNATIJE BEZALKOHOLNO PIĆE NA SVETU. U SRBIJI, KAO COCA-COLA SISTEM KOJI ČINE KOMPA NIJA COCA-COLA I COCA-COLA HBC SRBIJA, PRISUTNI SMO OD 1997. GODINE.



A

NAŠ POČETAK

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

Kompanija Coca-Cola jeste vlasnik brenda i bavi se proizvodnjom i prodajom koncentrata, sirupa i osnova za napitke svojim partnerskim punionicama, kao što je Coca-Cola HBC, koje proizvode, pakuju, prodaju i distribuiraju finalni proizvod kupcima. Partnerskim odnosom koji traje više od 60 godina kombinujemo znanje, resurse i iskustvo kompanije Coca-Cola sa stručnošću Coca-Cola HBC u flaširanju, distribuciji i prodaji, odnosno u fantastičnoj realizaciji na tržištu, kako bismo, kao tim, doprineli stvaranju vrednosti za svoje kupce, potrošače i širu zajednicu.

Shodno činjenici da smo punionice partneri, naš zadatak ogleda se u tome da odgovorimo na tražnju svojim osnovnim operacijama: proizvodnjom, pakovanjem, distribucijom, prodajom finalnih proizvoda – napitaka, našim kupcima, koji zatim naše proizvode prodaju potrošačima. Coca-Cola HBC odgovorna je za marketing prema kupcima.

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

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

VLASNIČKA STRUKTURA

Coca-Cola HBC Srbija d.o.o., Batajnički drum 14–16, 11080 Beograd, jeste u punom vlasništvu kompanije CC Beverages Holdings II B.V., koja posluje u skladu sa zakonima Holandije, sa sedištem na adresi Naritaweg 165, 1043 BW, Amsterdam, Holandija, i koja je registrovana u Privrednoj komori Amsterdama, reg. br. 33298456 (u nastavku teksta CC Beverages Holdings II B.V.).

U punom vlasništvu kompanije Coca-Cola HBC Holdings B.V., koja posluje u skladu sa zakonima Holandije, sa sedištem na adresi Naritaweg 165, 1043 BW, Amsterdam, Holandija, i koja je registrovana u Privrednoj komori Amsterdama, reg. br. 27590427 (u nastavku Coca-Cola HBC Holdings BV) jeste CC Beverages Holdings II B.V.

Coca-Cola HBC Holdings B.V. jeste u punom vlasništvu kompanije Coca-Cola HBC AG, koja posluje po zakonima Švajcarske, sa sedištem na adresi Turmstrasse 30, 6300 Cug, Švajcarska, sa korporativnim registarskim brojem 170.3.037.199-9 na Atinskoj, Londonskoj i Njujorškoj berzi (u nastavku Coca-Cola HBC AG).

PRIZNANJA ZA NAŠ USPEH

Početkom 2018. godine, na konferenciji predstavnika svih 28 zemalja koje posluju u okviru Coca-Cola HBC Grupe, Srbija je treću godinu zaredom dobila Andrew David Cup nagradu. Andrew David Cup jeste najveće priznanje Coca-Cola HBC Grupe, koje dodeljuje Coca-Cola Hellenic grupa jednoj od 28 zemalja za ostvarene izvanredne rezultate u svim oblastima poslovanja.

Nagradom **Best all around Customer & Commercial market** potvrdili smo da, kao tim, postizemo izvanredne rezultate, najbolje komercijalne uspehe i imamo fantastične odnose sa kupcima.

Nabrojana priznanja proizašla su iz zajedničkog truda i rada, pokazujući da imamo prave, talentovane ljude na pravim pozicijama, koji konstantno, sa strašću i fokusom dokazuju da smo na sopstvenom putu napretka ka postajanju 24/7 Total Beverage Company.

GROWTH STORY 2025: NAŠ PUT USPEHA

Nova Growth Story 2025. strategija Coca-Cola HBC Grupe predstavljena je krajem 2018. godine, a zvanično je lansirana u januaru 2019. godine. Naša vizija je da budemo vodeći partner u kategoriji napitaka 24/7 Total Beverage Company.

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

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

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

Posvećeni smo razvoju svakog kupca i ispunjenju potreba svakog potrošača 24/7, negovanjem posvećenih i osnaženih timova, dok ulažemo u naše zajednice i brinemo za životnu sredinu.

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

- Pobeđujemo na tržištu
- Koristimo snagu svog jedinstvenog 24/7 portfolija
- Podstičemo rast starajući se o konkurentnosti i investicijama
- Negujemo potencijal svojih ljudi
- Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

GROWTH STORY 2025

U želji da ojačamo te stubove i svoj dalji rast, potrebno je da živimo i negujemo svoje vrednosti koje obezbeđuju taj rast i koje su utkane u naše svakodnevno poslovanje:

Pobeđujemo sa kupcima | Negujemo svoje ljude | Savršenstvo u svemu što radimo | Integritet | Kontinuirano učenje | Svi zajedno kao jedan.

STUBOVI RASTA:



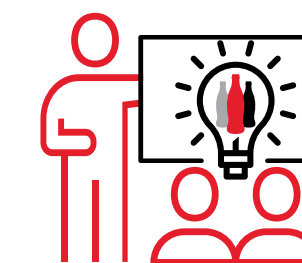
Pobeđujemo na tržištu



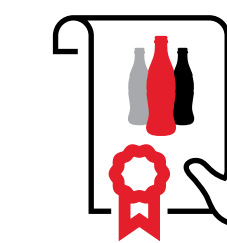
Koristimo snagu našeg jedinstvenog 24/7 portfolija



Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije



Negujemo potencijal naših ljudi



Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

NAŠE VREDNOSTI:

POBEDUJEMO SA KUPCIMA

Mi smo prodajna organizacija posvećena pronalaženju inovativnih rešenja koja stvaraju zajedničku vrednost.

NEGUJEMO NAŠE LJUDE

Verujemo u naše ljude i posvećeni smo individualnom i timskom razvoju.

SAVRŠENSTVO U SVEMU ŠTO RADIMO

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

INTEGRITET

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

KONTINUIRANO UČENJE

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

SVI ZAJEDNO KAO JEDAN

Saradujemo sa agilnošću kako bismo otključali jedinstvenu snagu naših raznolikih timova.



EKONOMSKI POKAZATELJI

Proteklu godinu obeležio je napredak u svim aspektima, zahvaljujući proširenju asortimana, unapređenju kapaciteta i osnaženju našeg tima talentovanim ljudima. U Srbiji smo ostvarili rekordno tržišno učešće od čak **30,6** procenata.

Coca Cola Hellenic Srbija 2018.

1. Direktna generisana ekonomska vrednost

Prihodi UKUPNO

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

46.484.537

2. Distribuirana ekonomska vrednost

Operativni troškovi UKUPNO:

40.856.647

Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO:

3.035.413

Rashodi u vezi sa obezbeđivanjem kapitala UKUPNO:

195.129

Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO:

887.244

Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO:

183.464

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

1.326.640

*Navedeni podaci dati su u hiljadama RSD i odnose se na 2018. godinu.

STUDIJA DRUŠTVENO-EKONOMSKOG UTICAJA COCA-COLA SISTEMA U SRBIJI

Coca-Cola Sistem od 2011. godine izveštava o svom uticaju na lokalnu zajednicu izradom studije koja na precizan i naučno priznat način prikazuje direktan i indirektan uticaj kompanije na domaću privredu i zajednicu. Studija je izrađena sa ciljem da se proceni doprinos Coca-Cola Sistema domaćoj privredi na osnovu zapošljavanja, prihoda i poreza. Autori studije su profesor Itan B. Kapstajn i Steward Redqueen (strateška konsultantska kompanija koja se bavi izradom poslovnih studija za potrebe društva), a studija oslikava ukupni ekonomski uticaj koji Sistem ostvaruje.

Početkom 2017. godine, Coca Cola Sistem je predstavio treću studiju po redu.

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

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

- **29.000.000 evra direktne dodate vrednosti**
- **225.000.000 evra dodate vrednosti u celoj privredi, što iznosi nepun procenat (0,7) ukupnog BDP-a**
- **na svaki evro dodate vrednosti u Coca-Cola Sistemu dolazi još sedam evra dodate vrednosti u široj privredi**
- **Sistem direktno zapošljava 1.000 ljudi i podržava još 10.700 radnih mesta širom svog lanca vrednosti, ukupno 11.700 radnih mesta, što iznosi nešto više od polovine procenta (0,6) radne snage u Srbiji**
- **prodaja Coca-Cola napitaka podržava 5.300 radnih mesta kod direktnih trgovinskih partnera sistema, i još 2.500 radnih mesta kod dobavljača trgovaca**
- **svako radno mesto u Coca-Cola Sistemu podržava 11 indirektnih radnih mesta u široj privredi.**

Studija potvrđuje da se uspešno poslovanje i doprinos privredi ostvaruje zahvaljujući izuzetnoj saradnji sa partnerima, zapošljavanjem lokalne radne snage i ulaganjem u zajednicu. Istovremeno, studija iz godine u godinu potvrđuje da su naša posvećenost i ambicija velika podrška široj privredi, ali i budžetu Republike Srbije.

LIDERSTVO U UDRUŽENIM INICIJATIVAMA

Shodno tome da jesmo lideri u oblasti održivosti, preko poslovnih udruženja preuzimamo inicijativu za deljenje iskustva i najboljih praksi, ali i odgovornost za motivisanje drugih kompanija da razvijaju održiv pristup poslovanju i partnerstvo sa lokalnim zajednicama.

Coca-Cola HBC Srbija predstavlja aktivnu članicu poslovnih udruženja koja su usmerena na promociju i razvoj društveno odgovornih praksi: Foruma za odgovorno poslovanje, gde jesmo član Upravnog odbora, Predsedništva udruženja, i član radne grupe za zapošljavanje, zatim udruženja Globalni dogovor, kao i NALED-a, u kome, takođe, jesmo član Upravnog odbora. Pored toga, Coca Cola HBC Srbija jeste jedna od članica – pokrovitelja Američke privredne komore u Srbiji, kao i jedan od osnivača i članica Upravnog odbora SEKOPAK udruženja.



STRATEŠKI PRISTUP ODRŽIVOSTI

Koncepti društvene odgovornosti i održivosti čine neodvojivi deo kulture kompanije Coca-Cola HBC, kojom se rukovodimo kada su u pitanju naše odluke i dugoročne investicije, jer naš cilj predstavlja stvaranje trajne vrednosti. Kontinuirano ulažemo napore, kako bismo integrisali društvenu odgovornost i održivost u svaki aspekt svog poslovanja.

Naša poslovna strategija zasnovana je na osnovnim principima stvaranja i deljenja vrednosti sa svim našim zainteresovanim stranama: potrošačima, kupcima, zajednicama, zaposlenima i akcionarima, što određuje način na koji ćemo voditi kompaniju, sprovesti aktivnosti i razvijati svoje odnose.

Tri strateška cilja održivosti kompanije Coca-Cola HBC jesu:

- **promocija aktivnog života**
- **smanjenje našeg negativnog uticaja na životnu sredinu**
- **unapređenje kvaliteta života zajednice.**

Integrisanost principa održivosti u poslovanje Coca-Cola HBC-a potvrđuju i naši interni strateški dokumenti za relevantne oblasti, čije predstavljanje sledi u narednim poglavljima.

Odgovornost u vezi sa održivim poslovanjem i društvenom odgovornošću podeljena je između Službe za održivi razvoj, koja se nalazi u okviru sistema snabdevanja i odgovara direktoru sistema snabdevanja koji predstavlja deo najvišeg menadžmenta, i saradnika za CSR koji odgovara direktoru za komunikacije i odnose sa javnošću, koji takođe čini deo najvišeg menadžmenta kompanije.

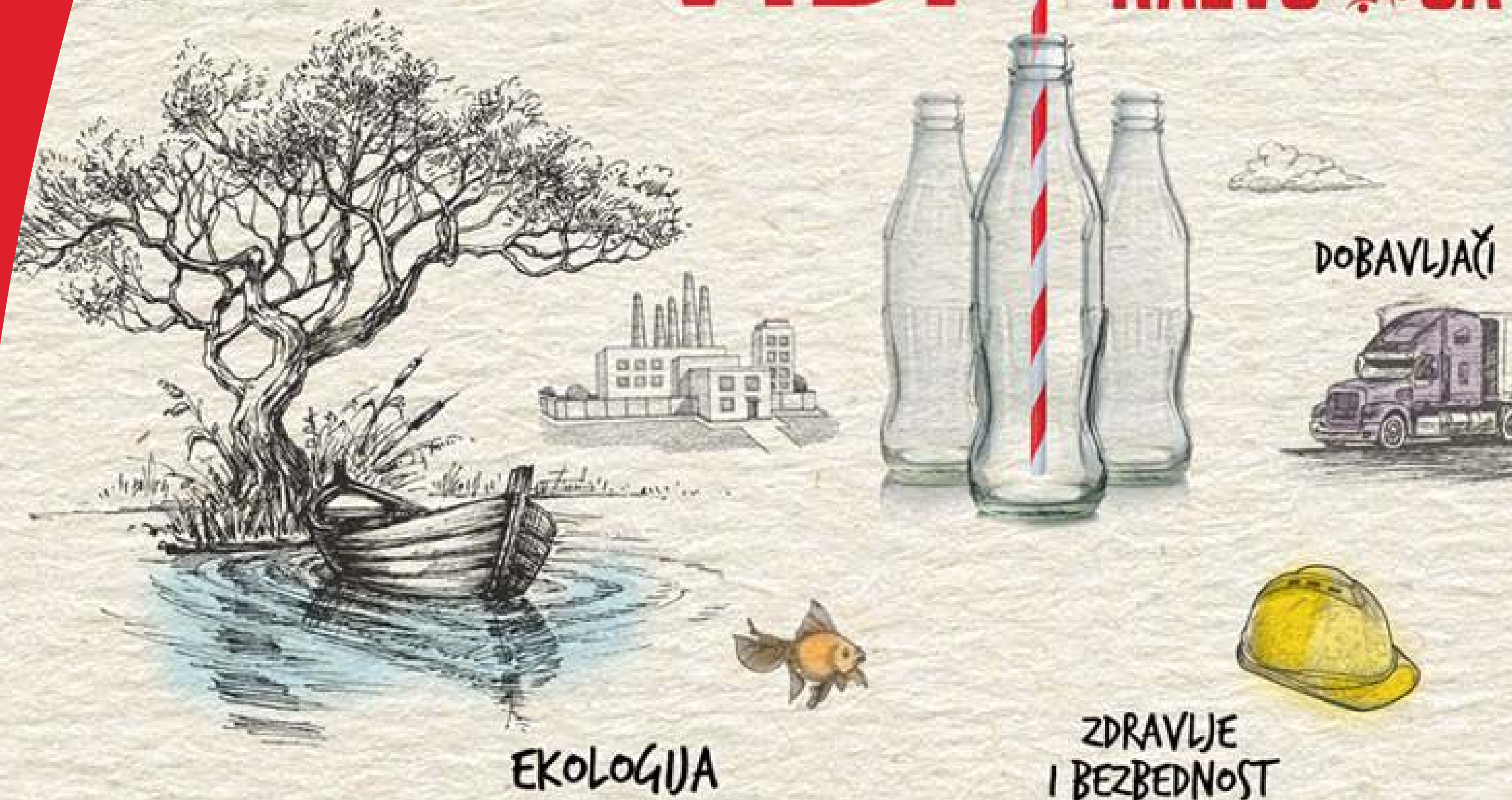
NEDELJA ODRŽIVOG RAZVOJA

U septembru 2018. održana je IV nedelja održivog razvoja, tokom koje smo se bavili temama važnim za našu kompaniju: životna sredina, bezbednost na radu, kvalitet proizvoda i zajednica. Uz razne aktivnosti sprovedene u toku Nedelje održivog razvoja, naučili smo šta je to što kao pojedinci možemo da uradimo, kako bismo unapredili kvalitet zajednice u kojoj živimo i radimo. Na proslavi Nedelje održivog razvoja, održanoj u četvrtak, 27. septembra, zaposleni su imali priliku da okače svoj održivi cilj na drvo obećanja. U okviru Nedelje održivog razvoja predstavljen je i lokalni Izveštaj o održivosti Coca-Cola HBC Srbija za 2017. godinu.

 **Coca-Cola HBC**
Srbija i Crna Gora

REZULTAT KOJI SE VIDI

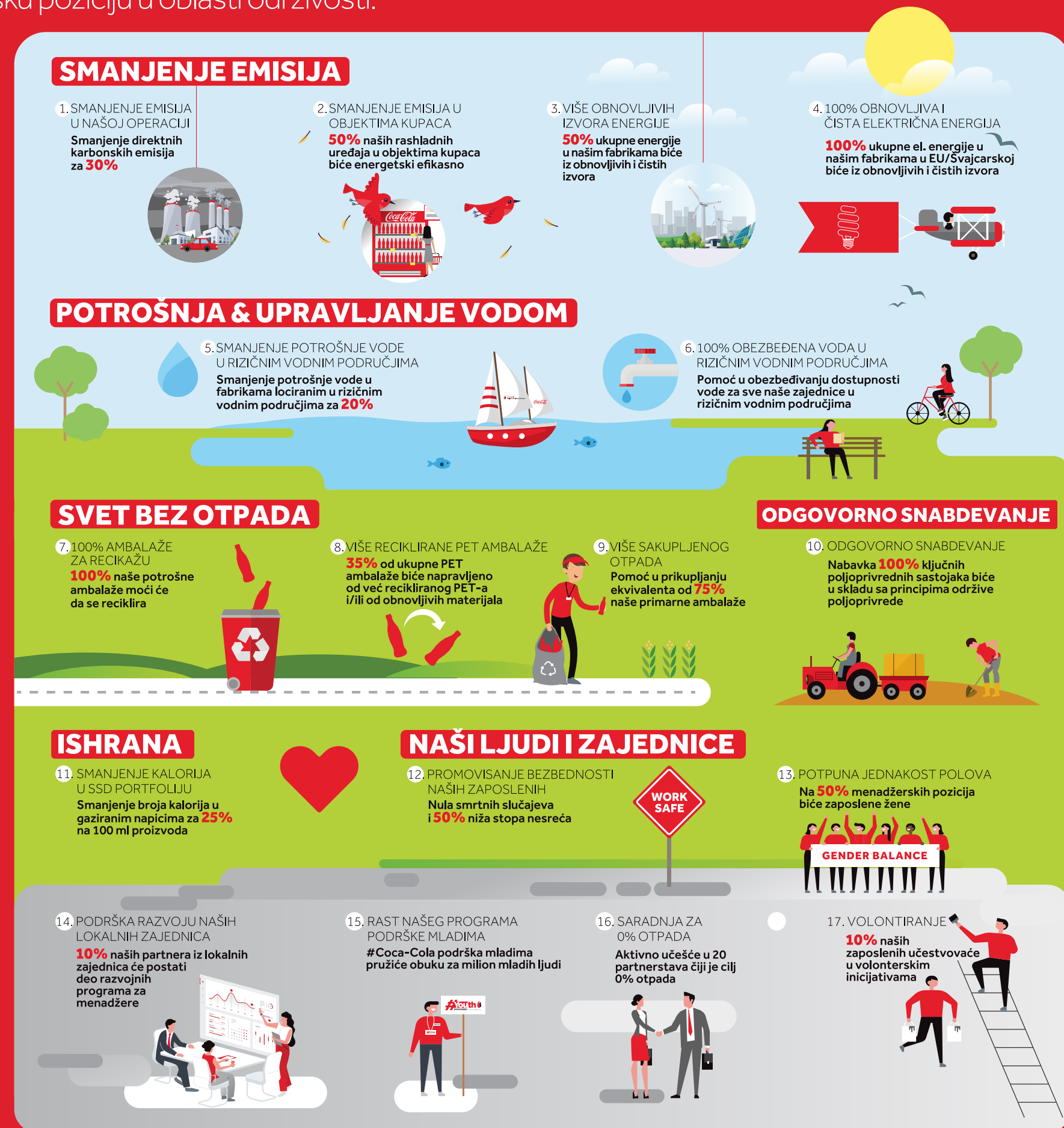
NEDELJA
ODRŽIVOG
RAZVOJA



MISIJA ODRŽIVOST 2025.

Budući da se 2020. godina približava, preusmeravamo svoj fokus na 2025. godinu ina nove ciljeve održivosti, koji nam daju mapu kako ćemo pokrenuti svoje aktivnosti održivosti.

Naši ciljevi održivosti do 2025. godine zasnivaju se na skupu ciljeva za 2020. godinu, a, također usklađeni susa globalnom agendom Coca-Cola kompanije za 2030. godinu „Svet bez otpada“, kreirajući zajedničku, sistemsku viziju. Ciljevi za 2025. godine jesu izazovni, ali ostvarivi, osmišljeni tako da osiguraju da zadržimo lidersku poziciju u oblasti održivosti.



ZAŠTO TIH 17 CILJEVA

Ciljevi su usmereni na oblasti koje će najefikasnije stvoriti održivu vrednost za naše poslovanje, dok brinemo o pitanjima koja su najvažnija našim zainteresovanim stranama, od industrije i društva, do naših zaposlenih i naših akcionara.

Ciljevi su, također, prilagođeni da uzimaju u obzir regulatorne i regionalne razlike, npr. razliku između EU/Švajcarske i teritorija koje nisu članice EU, i regija sa akutnim izazovima u pogledu vodenih rizika. Sedamnaest ciljeva zauzima više holistički pristup održivosti: uzimaju u obzir naš širi uticaj na društvo u smislu ekoloških aspekata, ali i pogled na ravnotežu između polova, kao i osnaživanje mladih.

Naši ciljevi, također, predstavljaju i promenu naše strategije ulaganja u zajednicu, i prebacivanja fokusa sa investicije na uticaj i efekte koje kreiramo. U tom kontekstu, prestali smo sa praksom definisanja procenta ulaganja u naše programe u zajednici, s obzirom na to da cilj sam po sebi ne vodi ka pozitivnom uticaju na zajednicu. Stoga smo predstavili nove ciljeve u toj oblasti: da pružimo obuku milion mladih ljudi primenom svog programa Coca-Cola podrška mladima (eng. Youth Empowered), da pomognemo obezbeđivanje vode u našim zajednicama u rizičnim vodenim područjima, i aktivno učestvujemo u partnerstvima sa ciljem smanjivanja otpada.

Veoma smo ponosni jer smo svoj cilj za 2020. koji je u vezi sa smanjivanjem karbonskog otiska ostvarili dve godine ranije, kao i na svoje nove ciljeve u vezi sa energijom iz obnovljivim izvorima. Pored toga, u 2017. godini smo ostvarili i cilj da 40 procenata našeg ambalažnog otpada sakupimo i recikliramo. Potrošnju vode smo, također, značajno smanjili, tako da su naši ciljevi za 2025. u vezi sa vodom orijentisani na rizična vodena područja. U skladu sa UNESDA (Evropska asocijacija proizvođača bezalkoholnih napitaka) sporazumom o smanjivanju količine šećera na 100ml gaziranih proizvoda, za 2025. imamo novi cilj za smanjivanje kalorija u našem gaziranom portfoliju.

ZAŠTO IMAMO ŠEST „KLJUČNIH“ CILJEVA

Šest „ključnih“ ciljeva odnosi se na šest najvažnijih tema održivosti za naše poslovanje i poslovanje naše interesne grupe. Ciljevi su u vezi sa smanjenjem negativnih emisija, korišćenjem vode i upravljanjem vodenim resursima, kao i sa našom vizijom „Svet bez otpada“, i našim ljudima – posebno mladim i ženama.

Ključni ciljevi su ukorenjeni u oblastima koje su najvažnije za nas i društvo, i one sadrže ono što jesmo i ono kakvi želimo da budemo. Preostalih 11 ciljeva upotpunjuju šest ključnih, rešavajući probleme specifičnih publika.

UKLJUČIVANJE ZAINTERESOVANIH STRANA – STVARAMO I DELIMO VREDNOST

STRATEGIJA KOJU PRIMENJUJEMO PODRAZUMEVA STVARANJE ZAJEDNIČKE VREDNOSTI ZA SVE NAŠE ZAINTERESOVANE STRANE – ZAPOSLENE, KUPCE, POTROŠAČE, DOBAVLJAČE I ZAJEDNICU, SA KOJIMA SMO U STALNOM DIJALOGU, KAKO BISMO RAZUMELI NJIHOVE POTREBE I OČEKIVANJA, I KAKO BISMO MOGLI DA IM PRUŽIMO RELEVANTNE ODGOVORE.

Stvaramo vrednosti za naše zainteresovane strane koje, zauzvrat, postepeno grade vrednost za našu kompaniju:



Pristup koji negujemo prema uključivanju zainteresovanih strana podrazumeva različite mehanizme od svakodnevne komunikacije o aktuelnim pitanjima, do dugoročnih inicijativa, kao što su razvoj dobavljača, ili stvaranje zajedničke vrednosti za kupce.



MATERIJALNOST

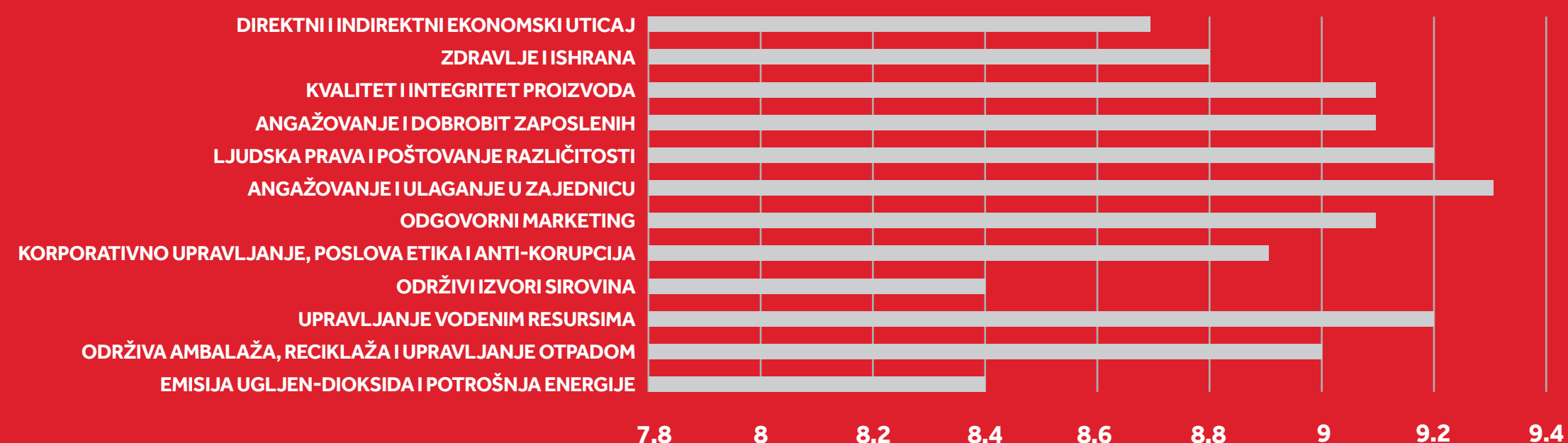
Stalni dijalog sa našim internim i eksternim zainteresovanim stranama neophodan je kako bismo adekvatno identifikovali relevantna ekonomska, društvena i druga pitanja koja su u vezi sa zaštitom životne sredine na koja treba da usmerimo svoju pažnju. Pored toga, konsultovanje zainteresovanih strana ključno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

Sa ciljem da identifikujemo materijalna pitanja i napravimo prioritizaciju tih pitanja, tokom 2018. godine sprovedena je anketa za interne i eksterne zainteresovane strane Coca-Cola HBC Srbija. Anketa je obuhvatala rangiranje 12 materijalnih tema Coca-Cola HBC Grupe prema važnosti u lokalnom kontekstu, kao i mogućnost da zainteresovane strane dodaju specifične lokalne materijalne teme. U prioritiziranih pet tema izdvojile su se ulaganje u zajednicu, upravljanje vodenim resursima, ljudska prava i poštovanje različitosti, kvalitet i integritet proizvoda i odgovoran marketing.

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

Nastojimo, takođe, da upravljamo svojim materijalnim temama u okviru novih UN ciljeva održivog razvoja, koji nam služe kao širi okvir i daju širi kontekst našim aktivnostima. Naš doprinos konkretnim ciljevima, onima za koje verujemo da možemo da pružimo relevantan doprinos, naveden je i u posebnim poglavljima ovog izveštaja.

- Povezanost novih UN ciljeva održivog razvoja i Coca-Cola HBC Srbija ciljeva 2025.
- Smanjenje negativnih emisija – ciljevi 7, 13, 12
- Upravljanje vodnim resursima i smanjenje upotrebe vode – ciljevi 6, 15, 14
- Otpad – ciljevi 11, 12, 17
- Nabavka – cilj 12
- Ishrana – cilj 3
- Ljudi i zajednice – ciljevi 3, 4, 5, 8, 11, 12, 17.



UPRAVLJANJE

Praksa korporativnog upravljanja u Coca-Cola HBC Srbija zasnovana je na iskustvima **Coca-Cola HBC Grupe**, koja prati učinak i unapređuje upravljačke modele na osnovu iskustava u poslovanju u različitim ekonomskim i regulatornim okruženjima, na tri kontinenta.



UPRAVLJANJE RIZICIMA

Postizanje rezilijentnosti našeg poslovanja čini važan deo naše strategije. Postižemo to kombinovanjem proaktivnih i reaktivnih mera koje nam omogućavaju da uvek ostanemo korak ispred potencijalnih geopolitičkih, ekoloških, društvenih, tehnoloških i ekonomskih rizika. Sektor finansija je, u okviru lokalne operacije, zadužen za upravljanje rizicima i rezilijentnost poslovanja i odgovoran je za realizaciju tih mera. Osim toga, svi naši zaposleni, u svim zemljama i na svima pozicijama, imaju obavezu da proaktivno učestvuju u traženju i identifikovanju rizika, kao i da predlažu relevantne planove za njihovu kontrolu i ublažavanje.

NEDELJA ETIKE I USKLAĐENOSTI

Evropska regulativa za zaštitu podataka (General Data Protection Regulation - GDPR), koja je stupila na snagu maja 2018. godine promenila je način na koji rukujemo i štitimo podatke o ličnosti. U tom kontekstu, naša kompanija u Srbiji oformila je GDPR tim i organizovala za svoje zaposlene trening, imajući za cilj upoznavanje sa osnovnim odredbama tog propisa, kao i ključnim dužnostima koje kompanija, kao i njeni zaposleni koji rukuju podacima o ličnosti, imaju u toku svog svakodnevnog posla.

Budući najvažnija promena u regulativi zaštite podataka u prethodnih 20 godina, GDPR postavlja nove izazove i strože zahteve za zaštitu podataka, koji su praćeni novčanim kaznama u slučaju nepoštovanja zahteva, a, takođe, i narušavanjem reputacije.

Uredba EU, o kojoj govorimo, ima ekstrateritorijalnu primenu: primenljiva je ne samo na zemlje EU, već na sve entitete bazirane u neevropskim zemljama koji obrađuju podatke pojedinaca koji se nalaze u Evropskoj uniji. Coca-Cola HBC se vodi zahtevima GDPR-a, kao standardom koji će biti primenjen u svim zemljama u kojima Grupa postoji i radi.

UBLAŽAVANJE NOVIH RIZIKA CYBER BEZBEDNOSTI I USKLAĐENOSTI

Budući da naš rad postaje sve digitalizovaniji, održavanje sigurnosti naših podataka predstavlja najvažniji prioritet. Zato je uveden OneDrive za posao, kao nova platforma za razmenu informacija. Pomenuti sistem, zasnovan na Cloud-u, daje pristup svim našim datotekama u Office365, gde god da se nalazimo. Omogućava nam, takođe, u okviru bezbednog okruženja zasnovanog na Cloud-u, da delimo datoteke i saradjujemo, interno i eksterno. OneDrive za posao nudi besprekorno korisničko iskustvo koje zadovoljava potrebe naše kompanije u vezi sa sigurnošću podataka, zatim mobilnost, saradnju i produktivnost.

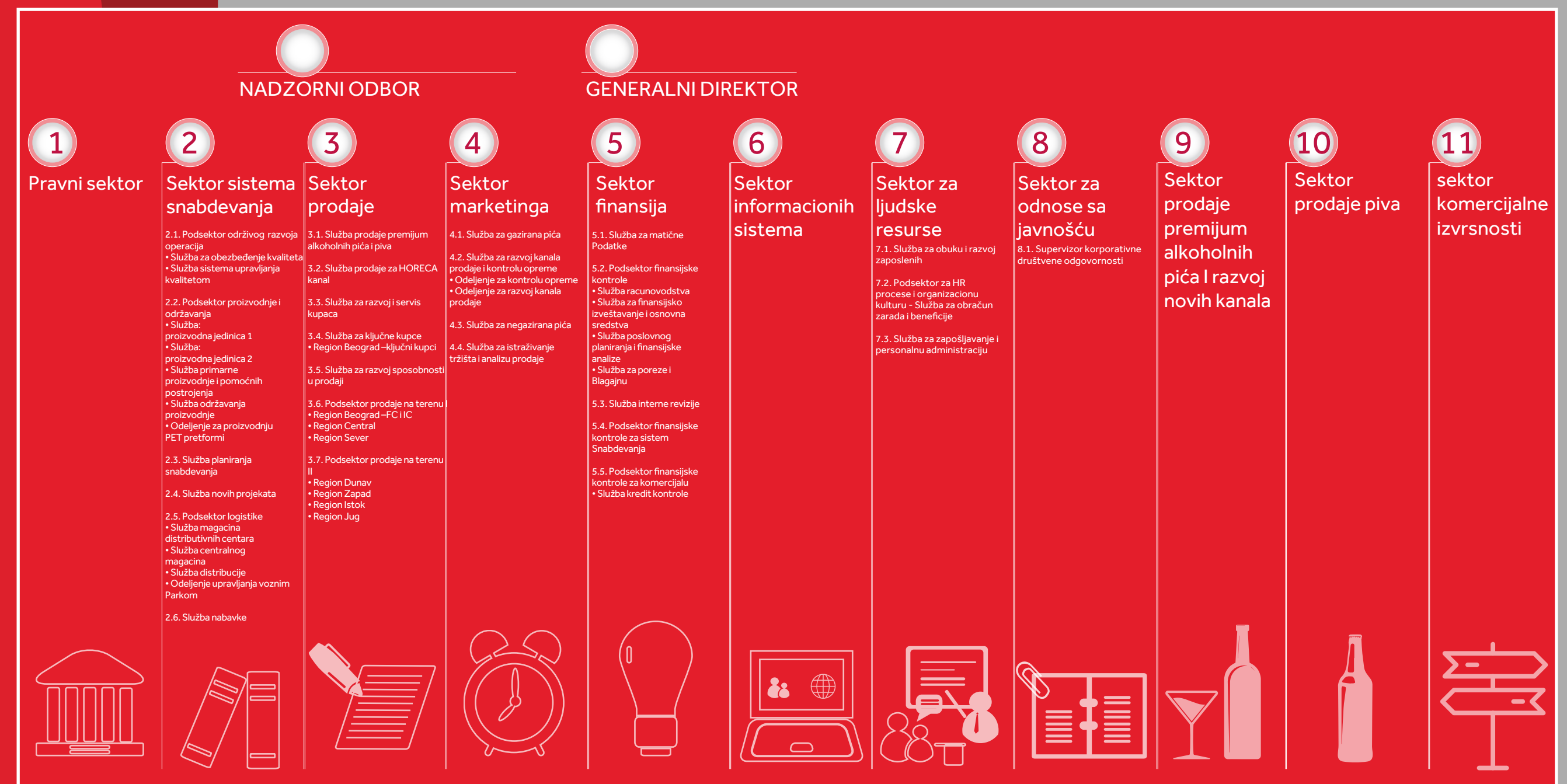
Nova politika kompanije će ublažiti bezbednosne rizike koji se odnose na krađu podataka, posledice internet virusa, i na rizike usklađenosti koji proizlaze iz Uredbe o zaštiti podataka o opštoj upotrebi. Korišćenje neodobrenih javnih servisa za Cloud skladištenje, kao što su Google Drive, Dropbox, Box, WeTransfer i iCloud, i za prenos kompanijskih podataka, takođe će biti strogo zabranjene zbog potencijalnih sigurnosnih rizika. I dalje će biti dozvoljeno korišćenje Cloud servisa za skladištenje podataka, koji su odobrili provereni partneri, kao što su TCCC Box, međutim, da bi se fajlovi slali van CCHBC-a, za posao se mora koristiti OneDrive.

Naša sigurnosna politika, takođe, zabranjuje pristup i obradu korporativnih podataka od neovlašćenih uređaja, kao što su lični prenosni računari i telefoni koji nisu u vlasništvu kompanije, pošto se bezbednost tih uređaja ne može osigurati.

Budući da naš rad postaje sve digitalizovaniji, održavanje sigurnosti naših podataka predstavlja najvažniji prioritet. Zato je uveden OneDrive za posao, kao nova platforma za razmenu informacija. Pomenuti sistem, zasnovan na Cloud-u, daje pristup svim našim datotekama u Office365, gde god da se nalazimo. Omogućava nam, takođe, u okviru bezbednog okruženja zasnovanog na Cloud-u, da delimo datoteke i saradjujemo, interno i eksterno. OneDrive za posao nudi besprekorno korisničko iskustvo koje zadovoljava potrebe naše kompanije u vezi sa sigurnošću podataka, zatim mobilnost, saradnju i produktivnost.

Nova politika kompanije će ublažiti bezbednosne rizike koji se odnose na krađu podataka, posledice internet virusa, i na rizike usklađenosti koji proizlaze iz Uredbe o zaštiti podataka o opštoj upotrebi. Korišćenje neodobrenih javnih servisa za Cloud skladištenje, kao što su Google Drive, Dropbox, Box, WeTransfer i iCloud, i za prenos kompanijskih podataka, takođe će biti strogo zabranjene zbog potencijalnih sigurnosnih rizika. I dalje će biti dozvoljeno korišćenje Cloud servisa za skladištenje podataka, koji su odobrili provereni partneri, kao što su TCCC Box, međutim, da bi se fajlovi slali van CCHBC-a, za posao se mora koristiti OneDrive.

Naša sigurnosna politika, takođe, zabranjuje pristup i obradu korporativnih podataka od neovlašćenih uređaja, kao što su lični prenosni računari i telefoni koji nisu u vlasništvu kompanije, pošto se bezbednost tih uređaja ne može osigurati.



KODEKS POSLOVNOG PONAŠANJA



Kodeks poslovnog ponašanja objašnjava predanost naše kompanije da posluje u skladu sa svojim vrednostima, i svim zakonima, propisima i standardima koji važe u oblasti našeg poslovanja. Istovremeno, Kodeks pruža smernice u vezi sa očekivanjima koja kompanija ima od svih zaposlenih, pozivajući se, takođe, i na druge politike i smernice kompanije.

Na sve koji rade za Coca-Cola HBC Grupu širom sveta, bez obzira na lokaciju, ulogu ili godine staža primenjuje se Kodeks, što podrazumeva sve zaposlene, rukovodioce, članove uprave i direktore kompanije. Od zaposlenih na određeno vreme, zaposlenih po ugovoru, konsultanata, agenata i bilo kog drugog lica koje postupa u ime kompanije, takođe se očekuje da se ponaša u skladu sa principima Kodeksa. Nepostupanje u skladu sa Kodeksom tretira se veoma ozbiljno i može dovesti do disciplinskog postupka, čak i do otkaza.

Kodeksom poslovnog ponašanja obuhvaćen je integritet u Kompaniji (međusobna saradnja, kvalitet proizvoda, zdravlje i bezbednost na radu, poslovna i finansijska dokumentacija, imovina kompanije, korišćenje informacija, sukob interesa), kao i integritet u zajednici (saradnja sa državnim službenicima, saradnja sa kupcima, dobavljačima i potrošačima, saradnja sa konkurencijom, zaštita životne sredine).

U obavezi su svi zaposleni da pročitaju Kodeks i da potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama. Sumnje u vezi sa kršenjem Kodeksa zaposleni mogu da podnesu putem „Reci!“ linije, koju održava nezavisna agencija, omogućavajući zaposlenima da izraze sumnju na poverljiv način. Mogu, takođe, izraziti sumnju i svom rukovodiocu ili licu zaduženom za usklađenost sa Kodeksom. O licima zaduženim za usklađenost sa Kodeksom svi zaposleni su obavešteni Kodeksom, i internim kanalima komunikacije.

Relevantna nadležna lica za usaglašenost sa Kodeksom, uz pomoć Službe ljudskih resursa i u saradnji sa Službom interne kontrole i Pravnom službom za Grupu, organizuju treninge za zaposlene, partnere i saradnike, kako bi ih informisali o Kodeksu, pomogli im da ga razumeju, u nameri da se Kodeks primenjuje u situacijama i okolnostima koje su njima važne, kao i kako da se izbore sa situacijama sa kojima se sretnu, a u kojima je određeno ponašanje zabranjeno Kodeksom. U 2018. godini, kao i prethodnih godina, obuku su uspešno završili svi novozaposleni, dok su ostali zaposleni imali on-line trening, kao obnovu gradiva o toj temi.

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

Osim zaposlenima, Kodeks poslovnog ponašanja se dostavlja i svim poslovnim partnerima kompanija, a, takođe, jeste i javno dostupan na našoj veb-stranici:

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

ANTIKORUPCIJA I SPREČAVANJE SUKOBA INTERESA

Pored Kodeksa poslovnog ponašanja, koji daje osnovne smernice u svim najvažnijim oblastima svakodnevnog poslovanja, antikorupcijske procedure posebno su definisane Pravilnikom o sprečavanju korupcije i usklađenosti poslovanja. Pravilnik propisuje zahteve kompanijske politike i procedure s ciljem obezbeđivanja usklađenosti sa važećim zakonima o sprečavanju korupcije.

Navedeni pravilnik definiše naš pristup sprečavanju davanja i primanja mita, saradnji sa državnim službenicima, kao i sa drugim saradnicima – klijentima, kupcima, angažovanim trećim licima i poslovnim partnerima. Pravilnik daje i smernice o sukobu interesa i pružanju ili dobijanju poklona i usluga od saradnika.

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

Isto kao i u slučaju Kodeksa poslovnog ponašanja, svi zaposleni jesu u obavezi da pročitaju Pravilnik i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama. Kolektivnim ugovorom je definisano da zaposlenom može biti izrečena disciplinska mera predviđena zakonom ukoliko povrede Pravilnik o sprečavanju korupcije, uključujući i otkaz ugovora o radu.

Od 2017. godine, svi zaposleni, kao i svi članovi najvišeg upravljačkog tela, jednom godišnje imaju elektronsku obuku o antikorupcijskim politikama kompanije. Obuke se sprovode u dve forme: kao klasični treninzi i kao e-kursevi. Obuka je sprovedena sa ciljem da se zaposleni upoznaju sa pravilima antikorupcijske politike kompanije. Sadržaj treninga je obuhvatao prezentaciju pravila i primenu pravila na konkretnim primerima iz prakse. Uz to, opšti program orijentacije koji prolaze svi novozaposleni, sadrži i obuku o antikorupcijskim politikama i procedurama, a u toku 2018. godine 109 zaposlenih, odnosno svi novozaposleni, prošli su taj program i završili obuku.

Finansije i nabavka su u Pravilniku identifikovane kao posebno rizične oblasti, te su osnovni principi antikorupcijske politike sadržani i u Vodećim principima za dobavljače. Vodeći principi za dobavljače se distribuiraju svim dobavljačima. Pravilnik se, takođe, dostavlja i svim drugim poslovnim partnerima, i javno je dostupan na našoj veb-stranici: <http://rs.coca-colahellenic.com/rs/o-nama/politike/>.

Tokom 2018, kao ni prethodnih godina, nije bilo potvrđenih slučajeva korupcije, kao ni javnih postupaka pokrenutih protiv kompanije ili zaposlenih.

ZAŠTITA KONKURENCIJE



Imajući u vidu snagu naše kompanije na tržištu, kao i snagu naših brendova, Coca-Cola HBC Srbija poklanja veliku pažnju zaštiti konkurencije i sprovodi napredan program sa ciljem izrade i implementacije strategije nastupa na tržištu i edukacije zaposlenih. Izuzetno je važno razumeti i da pravila o zaštiti konkurencije, takođe, štite i našu kompaniju od nedozvoljenih akcija drugih učesnika na tržištu.

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

Rešenjem od 4. decembra 2014. godine navedeno je da je utvrđena činjenica da kompanija Coca-Cola HBC Srbija ima dominantni položaj na tržištu (što po Zakonu o zaštiti konkurencije ima svaki učesnik čiji udeo na tržištu doseže 40 procenata), ali da nisu pronađeni nikakvi dokazi o tome da je kompanija takav položaj zloupotrebila na bilo koji način, čime je obustavljen postupak pred Komisijom za zaštitu konkurencije. Tokom 2018. nije bilo postupaka koji su u toku ili su završeni, a jesu u vezi sa ponašanjem koje je suprotno slobodnoj tržišnoj konkurenciji.

AŽURIRANE POLITIKE U 2018. GODINI

Politika kvaliteta i bezbednosti prehrambenih proizvoda

Politika zaštite životne sredine

Politika zaštite zdravlja i bezbednosti na radu.



TRŽIŠTE

- Upravljanje kvalitetom proizvoda
- Zdravlje potrošača
- Dodata vrednost za kupce
- Održivi sistem snabdevanja



TRŽIŠTE

Coca-Cola HBC Srbija, kao kompanija koja zadovoljstvo svojih kupaca i potrošača stavlja na prvo mesto, neprekidno radi na usavršavanju procesa u domenu distribucije proizvoda i sprovodi zahtevne procedure, kako bi osigurala da kvalitet i bezbednost proizvoda bude na najvišem nivou. Stvaranje dodate vrednosti ogleda se i u našoj posvećenosti aktivnostima na širenju portfolija proizvoda u skladu sa željama i životnim stilovima potrošača, uz odgovoran pristup marketingu i davanju informacija o proizvodima.

Osim kupaca i potrošača, od izuzetne važnosti za kompaniju su i naši dobavljači, čija posvećenost i pouzdanost stvara neophodne preduslove za uspeh naše proizvodnje i distribucije. Zato smo posvećeni negovanju kvalitetnih poslovnih odnosa međusobnog poverenja i uvažavanja, ali i ohrabivanju naših dobavljača u naporima da svoje biznise učine održivijim.

ŽELIMO DA:

- ponudimo širok spektar napitaka visokog kvaliteta i odgovorimo na potrebe svojih kupaca
- poštujemo ne samo zakonske, već i druge interne i eksterne standarde, kada je reč o bezbednosti hrane
- pružimo jasne i korisne informacije o sastavu i nutritivnoj vrednosti proizvoda, uključujući deklaraciju sa kalorijskim vrednostima na prednjoj strani ambalaže (front-of-pack labelling)
- stvaramo zajedničku dodatu vrednost u saradnji sa kupcima i dobavljačima
- podržimo inicijative koje uključuju zainteresovane strane iz različitih grupa, a bave se temom pravilne i ujednačene ishrane, sa namerom da promovišemo fizičku aktivnost i edukujemo širu zajednicu o uravnoteženoj ishrani.

FOKUSIRANI SMO NA ČETIRI NAJVAŽNIJE OBLASTI:



UPRAVLJANJE
KVALITETOM PROIZVODA



ZDRAVLJE
POTROŠAČA



DODATA VREDNOST
ZA KUPCE



ODRŽIVI SISTEM
SNABDEVANJA

Osim kupaca i potrošača, od izuzetne važnosti za kompaniju jesu i naši **DOBAVLJAČI**, čija posvećenost i pouzdanost stvara neophodne preduslove za uspeh naše proizvodnje i distribucije. Zato smo posvećeni negovanju kvalitetnih poslovnih odnosa međusobnog poverenja i uvažavanja, ali i ohrabivanju naših dobavljača u naporima da svoj biznis učine održivijim.

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

- Politiku kvaliteta i bezbednosti prehrambenih proizvoda
- Coca-Cola sistem upravljanja kvalitetom
- Globalnu politiku o obeležavanju proizvoda – postavljanju deklaracije na prednju stranu proizvoda i uputstvo za dnevni unos kalorija
- Politiku upotrebe genetski modifikovanih materija
- Politiku zdravlja i zdravog života potrošača
- Međunarodno priznate standarde za upravljanje bezbednošću hrane, FSSC 22000 i ISO 22000 i PAS 220/223
- Vodeće principe za dobavljače (Suppliers Guiding Principles – SGP).

UPRAVLJANJE KVALITETOM PROIZVODA

U nastojanju da opravdamo visoka očekivanja svojih kupaca i potrošača, posvećeni smo stalnom usavršavanju sopstvenih proizvodnih procesa. Upravo zato, ključni segmenti svih naših aktivnosti u ovom kontekstu jesu bezbednost i kvalitet proizvoda, koji su predmet opsežnih internih i eksternih kontrola, kao i preventivnih aktivnosti.

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

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

Upravo pobrojane faze provere važe za sve proizvode, izuzev za Soft Sparkling program čiji se razvoj odvija u Coca-Cola kompaniji u centrali, dok su svi ostali postupci isti kao i za ostale proizvode. Posvećenost doslednoj primeni strogih standarda i stalnom praćenju ključnih tačaka nabavke sirovina, proizvodnje i distribucije proizvoda do krajnjeg potrošača, dovela je do toga da ni tokom 2018. godine nije zabeležen nijedan slučaj nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi sa uticajima naših proizvoda i usluga na zdravlje i bezbednost.

U želji da svojim kupcima i potrošačima pružimo najsvežije proizvode standardnog kvaliteta, primenjujemo i sistem sveobuhvatnog upravljanja starošću proizvoda (TAM – Total Age Management), koji je propisala Coca-Cola HBC Grupa. Sprovođenje redovnog monitoringa tržišta pomaže nam da ispunimo krajnji cilj: da starost proizvoda na tržištu uvek bude ispod ustanovljenih specifikacija primarne starosti.

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

U 2018. zabeležen je rezultat od nula procenata expiry date, kao i primarna starost proizvoda iznad standarda naše kompanije.



ZDRAVLJE POTROŠAČA

Kompanija Coca-Cola se 2013. godine obavezala na globalnom nivou, kao odgovor na probleme nedostatka fizičke aktivnosti i neuravnotežene ishrane koji ugrožavaju zdravlje ljudi, da do 2020. godine :

- ponudi niskokalorijska pića ili pića bez kalorija na svim tržištima
- pruži transparentne informacije o hranljivoj vrednosti proizvoda
- podstiče ljude da budu aktivniji podržavanjem programa za promociju fizičke aktivnosti
- neguje odgovoran marketing, koji podrazumeva da se ne reklamiramo osobama mlađim od 12 godina



TEŽI RAVNOTEŽI

U 2018. godini predstavljena je i kampanja „Teži ravnoteži“, kao deo Nacionalnog programa za prevenciju gojaznosti – jednog od najvećih zdravstvenih problema savremenog doba. Program pokreću Ministarstvo zdravlja i članice Udruženja za prehrambenu industriju Privredne komore Srbije, među kojima je i je Coca-Cola sistem u Srbiji.

Izbalansirana ishrana i umerena fizička aktivnost preduslovi su za prevenciju te bolesti modernog doba, kao i brojnih drugih oboljenja, koja mogu nastati kao posledica prekomerne telesne težine i sedentarnog načina života. Kampanja predstavlja podršku Nacionalnom programu za prevenciju gojaznosti kod dece i odraslih koju je prošle godine donela Vlada Republike Srbije. Programom se predviđa smanjenje učestalosti gojaznosti dece, mladih, odraslih i starijih osoba. Neke od mera za postizanje tog cilja jesu izrada nacionalnih nutritivnih preporuka za decu uzrasta od sedam do 19 godina, unapređenje ishrane dece u školama. Program, takođe, predviđa da do 2025. godine bude povećan broj fizički aktivne dece, omladine i odraslih osoba.

ZADOVOLJSTVO POTROŠAČA

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

- ☎ Besplatna info-linija za potrošače: 0800 11 22 33
- ✉ pr.rs@cchellenic.com
- 🌐 www.coca-colahellenic.rs

ŠIROK IZBOR NAPITAKA

U skladu sa očekivanjima sve većeg broja potrošača, aktivno radimo na obogaćivanju ponude niskokaloričnih napitaka i napitaka bez kalorija, koji mogu biti deo aktivnog stila života.

Zahvaljujući raznovrsnosti ambalaža u kojima se naši proizvodi mogu naći, potrošači koji žele da smanje količinu unetih kalorija mogu da odaberu manje porcije naših regularnih napitaka, ili da se odluče za proizvode sa niskim sadržajem šećera, kao i da se opredele za pića bez šećera.

Na taj način, svi naši proizvodi prilagođeni su zdravom stilu života koji uključuje uravnoteženu ishranu i redovnu fizičku aktivnost, ali i savremenim trendovima konzumacije pića, jer su napravljeni za svaku potrebu, priliku i ukus. Pića koja proizvodimo ne sadrže veštačke arome, boje i konzervanse, a u skladu sa usvojenom politikom upotrebe genetski modifikovanih materija, ni genetski modifikovane sastojke, dok svojim praksama nabavke nastojimo da što viši procenat sastojaka dolazi sa lokalnog podneblja.

U potrazi za prirodnim sastojcima koji neće uticati na dobro poznati ukus naših proizvoda, stalno istražujemo nove mogućnosti, poput ekstrakta biljke stevije (Stevia) koja ne sadrži nijednu kaloriju i predstavlja prirodnu alternativu veštačkim zaslađivačima. Tokom protekle decenije, kompanija je na globalnom nivou uložila velika sredstva i u istraživanja aseptik tehnologije, zahvaljujući kojoj se voćni sokovi i negazirana voda proizvode bez dodataka konzervansa. Pre nego što stignu do naših potrošača, voćni sokovi, izotonični napici i čajevi pakuju se dok su hladni – pomoću aseptičnih tehnologija, ili dok su vrući – pomoću tehnologije toplog punjenja. Aseptični, ultra čisti procesi i procesi toplog punjenja (HF) eliminišu mikroorganizme koji utiču negativno na kvalitet proizvoda i na bezbednost potrošača.





ODGOVORNA PRODAJA I MARKETING

Svoju odgovornost prema potrošačima pokazujemo poštovanjem strogih etičkih standarda prilikom oglašavanja proizvoda i direktne prodaje. Napredne globalne prakse naše kompanije u domenu marketinga sprovode se i u Srbiji, uz nadležnost Coca-Cola kompanije, ali i Coca-Cola HBC Srbija, dok konstantno ulažemo i u razvoj i promociju etičkih kodeksa koji se odnose na odgovoran marketing prema deci i na prodaju napitaka u školama (UNESDA podrška EU platformi za ishranu, fizičku aktivnost i zdravlje, EU izjava o marketingu prema deci, uz usaglašenost aktivnosti sa Globalnim smernicama o marketingu prema deci – međunarodni savet udruženja proizvođača pića).

U okviru EU izjave o marketingu prema deci, obavezali smo se da ćemo poštovati autoritet roditelja i nastavnika i da ćemo izbegavati oglašavanje u medijima, čiju publiku predstavljaju deca mlađa od 12 godina u više od 30 procenata. Usaglašenost našeg poslovanja sa tim opredeljenjem periodično se proverava nezavisnom revizijom.

Globalna politika odgovornog marketinga, takođe, podrazumeva i ravnomerno oglašavanje mineralnih voda i prirodnih sokova, manjih pakovanja proizvoda, kao i promovisanje sportskih i fizičkih aktivnosti.

U skladu sa globalnom politikom o etiketiranju proizvoda (The Coca-Cola Company's global marketing commitment and global policy for front-of-pack labeling), pridržavamo se i principa da deklaracija sa informacijama o proizvodu bude pozicionirana na prednjoj strani proizvoda, kako bi bila uočljivija.

Aktivnostima koje sprovodimo ka svojim potrošačima dajemo doprinos dostizanju sledećih UN ciljeva održivog razvoja:

3
Dobro zdravlje



9
Industrija, inovacije i infrastruktura



12
Odgovorna potrošnja i proizvodnja



17
Partnerstvom do ciljeva



INFORMACIJE O PROIZVODU

Jasnost, dostupnost, tačnost i razumljivost podataka o sastavu i nutritivnoj vrednosti naših proizvoda predstavljaju glavne principe kojima se rukovodimo prilikom davanja informacija o proizvodima, a sve u skladu sa očekivanjima naših potrošača, ali i drugih zainteresovanih strana.

Prateći principe propisane sopstvenom politikom kvaliteta i bezbednosti hrane, pružamo informacije ne samo o poreklu sastojaka za proizvodnju juice proizvoda, sastavu samog proizvoda i supstancama (sirovinama) koje mogu imati uticaj na životnu sredinu ili na ljude, već i obaveštenja o bezbednoj upotrebi proizvoda i bezbednom odlaganju proizvoda, kao i o uticaju odlaganja ambalaže na životnu sredinu ili ljude.

Adekvatno pružanje informacija o proizvodima jeste od velike važnosti za poverenje potrošača. Stoga, pored poštovanja svih zakonskih obaveza koje su u vezi sa deklaracijom, na svojim proizvodima dajemo i uputstvo za dnevni unos kalorija, odnosno GDA (Guideline Daily Amounts), koje se odnosi na približnu količinu kalorija, masti, zasićenih masti, ukupnih šećera, soli ili natrijuma potrebnih za uravnoteženu ishranu zdravih odraslih osoba i dece. U 2018. godini, Coca-Cola HBC Srbija nije zabeležila nijednu žalbu potrošača po osnovu nepoštovanja propisa i internih kodeksa, kada je reč o adekvatnom informisanju o proizvodima.

U nameri da svoje kupce (distributeri, veleprodaja i veliki kupci) detaljnije informišemo o pravilnoj upotrebi proizvoda, za njih smo organizovali posebne treninge, kao i namenske brošure za edukaciju o toj temi.



DODATA VREDNOST ZA KUPCE



Razvojem novih kategorija proizvoda, nudeći zdravije mogućnosti i veći broj premijum napitaka, pomažemo svojim kupcima da na kvalitetniji način animiraju potrošače, na taj način jačajući partnerstva koja će obezbediti stvaranje dugoročne vrednosti i profitabilan rast za obe strane.

Želimo da budemo najbolji dobavljač svim svojim kupcima, istovremeno nalazeći načine da zajedno ostvarujemo nove uspehe na tržištu. U želji da to i postignemo, razvili smo širok spektar inicijativa namenjenih jačanju odnosa sa kupcima, obezbeđujući vrhunski stepen izvršenja.

Osim toga, neprekidno se prilagođavamo promenama na maloprodajnom tržištu i radimo na rešenjima koja mogu povećati prodaju kod kupaca, uz pažljivo osluškivanje njihovih očekivanja i nivoa zadovoljstva saradnjom. Na osnovu datih komentara, naše kolege iz međusektorskih timova lanca snabdevanja, komercijalnog sektora i finansija, uz podršku kolega iz HR-a, PR-a i pravnog sektora, rade na unapređenju odnosa sa našim kupcima.

MOŽEMO SE POHVALITI PODATKOM DA COCA-COLA HBC U SRBIJI IMA TRI DISTRIBUTIVNA CENTRA I VIŠE OD 37.000 KUPACA – PRODAVNICA, RESTORANA, SUPERMARKETA, DISKONTNIH LANACA I DRUGIH OBJEKATA U KOJIMA SE PRODAJU NAŠI PROIZVODI.

ZADOVOLJSTVO KUPACA

Na osnovu istraživanja zadovoljstva kupaca koje svake godine sprovodi agencija GfK, Coca-Cola HBC Srbija ponovo je ocenjena kao najbolji dobavljač. Istraživanje se obavlja na tri nivoa: anketiraju se outlet kupci, KA centrale (centrale ključnih kupaca) i distributeri. U anketi, kupci odgovaraju na pitanja u vezi sa dobavljačima sa kojima saraduju, a dobijeni poeni i poređenje sa rezultatima drugih dobavljača, određuju najboljeg. Prema podacima na nivou Grupe, čak 94,2 procenta kupaca izjasnilo se da je saradnja u skladu sa njihovim očekivanjima, ili ih prevazilazi.

Kupci u Srbiji, na nivou KA direkcija i na outlet nivou, svrstavaju kompaniju Coca-Cola HBC Srbija u Ligu šampiona već osmu godinu zaredom, što nas motiviše da i dalje vredno radimo, kako bismo očuvali svoju leadersku poziciju. Reč je o kategoriji koja označava zdrav odnos sa kupcima i snažan učinak po svim ključnim parametrima i predstavlja najbolju kategoriju prema metodologiji istraživanja. Na nivou Coca-Cola HBC Grupe, naša operacija prepoznata je i u domenu građenja odnosa sa kupcima i kreiranja nove vrednosti za njih, za šta smo po peti put zaredom dobili Customer Preference Award – nagradu za najbolji odnos sa kupcima u 2018. godini.

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

Svoja pitanja/žalbe kupci mogu poslati i putem i-mejl adrese.

 **Besplatna info-linija za kupce: 0800 300 302**

 **kupac@cchellenic.com**

SAVRŠENSTVO U DNEVNIM IZVRŠENJIMA

Efikasnom i pravovremenom isporukom proizvoda, kao i kvalitetnim ispunjavanjem drugih zahteva naših kupaca, uspevamo da njihovo zadovoljstvo održimo na visokom nivou, čak i da prevaziđemo njihova očekivanja. U nameri da aktivno vrednujemo i unapređujemo dnevna izvršenja na tržištu, koristimo pristup pod nazivom Right Execution Daily (RED). Prateći podatke o izvršenjima u realnom vremenu koji su dostupni putem RED sistema, u mogućnosti smo da zajedno sa kupcima identifikujemo oblasti za ostvarivanje daljeg rasta. O nivou posvećenosti naših zaposlenih na terenu i savršenim praksama isporuke kojima težimo najbolje govori vrednost RED indexa od 62,28 procenta. Pomenuti parametar pokazuje procenat implementacije postavljene slike uspeha na tržištu u svakom objektu koji obilazimo.



FOKUS NA KUPCA

Našu usmerenost ka obezbeđivanju zadovoljstva kupaca sa kojima timski postizemo izuzetne poslovne rezultate, pokazali smo realizacijom interne kampanje Fokus na kupca i tokom 2018. godine.

Prema rezultatima istraživanja o zadovoljstvu kupaca, Coca-Cola HBC Srbija je po osmi put zaredom osvojila pehar Liga šampiona, i ponovo nadmašila prošlogodišnje rezultate ovog istraživanja.

Kroz aktivnosti koje sprovodimo ka našim kupcima dajemo doprinos dostizanju sledećih UN ciljeva održivog razvoja (SDGs):



Domaći dobavljači čine značajan udeo u našem lancu nabavke, čime direktno doprinosimo lokalnoj ekonomiji. Od naših dobavljača zahtevamo izvrsnost i poštovanje visokih standarda koji dokazuju da na odgovarajući način brinu o ključnim sistemima od važnosti za poslovanje naše kompanije:

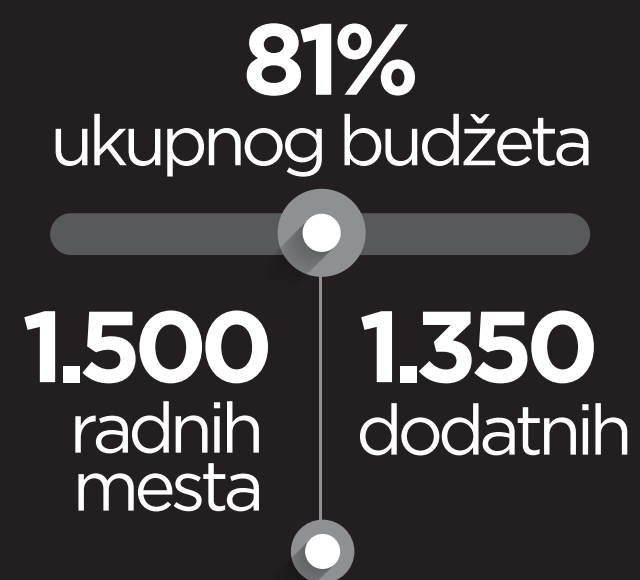
- upravljanje kvalitetom – ISO 9001
- upravljanje zaštitom životne sredine – ISO 14001
- bezbednost i zdravlje na radu – OHSAS 18001
- bezbednost hrane – FSSC 22000 i GFSI – Globalna inicijativa za bezbednost hrane (važi samo za dobavljače sastojaka i ambalaže).



ODRŽIVI SISTEM SNABDEVANJA

U kontekstu upravljanja celokupnim uticajima koje naš lanac odgovornosti ima na društvo i životnu sredinu, veliku pažnju posvećujemo indirektnim uticajima koji ostvaruju naši dobavljači. Negujući partnerske odnose, zasnovane na poštovanju istovetnih vrednosti i principa, podstičemo dobavljače da stalnim ulaganjem u održivije poslovanje sa ekološkog, ali i društvenog aspekta, zajedno sa nama napreduju i razvijaju se.

U 2018. godini, Coca-Cola HBC sarađivala je sa 1.627 dobavljača, među kojima su zastupljene sve kategorije preduzeća, od malih lokalnih, do internacionalnih kompanija. Naša kompanija je među najvećim kupcima i korisnicima šećera, boca, nalepnica, promotivnog materijala i usluga u regionu.



U 2018. godini, 81 procenat ukupnog budžeta za nabavku bio je usmeren na lokalne dobavljače, a uz to lokalne nabavke podržavaju i 1.500 radnih mesta kod direktnih dobavljača Coca-Cola sistema, i dodatnih 1.350 kod dobavljača Coca-Cola sistema u Srbiji.

VODEĆI PRINCIPI ZA DOBAVLJAČE

Standardi koje su naši dobavljači u obavezi da poštuju sadržani su u Vodećim principima za dobavljače (Suppliers Guiding Principles – SGP). Navedeni dokument obuhvata standarde iz sledećih oblasti: poštovanje zakona i propisa, dečiji rad, prisilni i prinudni rad, zlostavljanje na radu, udruživanje i kolektivno pregovaranje, plate i beneficije, radno vreme i prekovremeni rad, zdravlje i bezbednost, zaštita životne sredine, konflikt interesa, poslovno i finansijsko izveštavanje, rizik od korupcije, zaštita podataka.

Pomenuti principi predstavljaju sastavni deo ugovora sa dobavljačima, a procenu usaglašenosti dobavljača sa tim principima obavlja nezavisni program revizije. Prilikom potpisivanja ugovora, dobavljači su obavezni da potpišu i posebnu izjavu kojom se dodatno obavezuju da će poštovati Vodeće principe.

Kriterijum za potpisivanje tog dokumenta jeste visina godišnjeg prometa sa određenim dobavljačem, pri čemu je najveći promet oko 100.000.000 evra, a najniži oko 100.000 evra.

	2015.	2016.	2017.	2018.
UKUPAN BROJ DOBAVLJAČA	1.856	1.202	1.824	1.627
BROJ NOVIH REGISTROVANIH DOBAVLJAČA	317	10	198	264
BROJ NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU POTPISALI SGP	47	10	198	264
BROJ NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU POTPISALI SGP, IZRAŽEN U PROCENTIMA	15%	100%	100%	100%
DOMAĆI DOBAVLJAČI U UKUPNOM TROŠKU, IZRAŽENI U PROCENTIMA	83%	74,4%	85%	81%
INOSTRANI DOBAVLJAČI U UKUPNOM TROŠKU, IZRAŽENI U PROCENTIMA	17%	25,6%	15%	19%
UKUPNI TROŠKOVI, IZRAŽENI U EVRIMA	173.749.421,86	155.554.527,44	248.920.196,25	313.831.100,27
POKRIVENI TROŠKOVI PREMA SGP-U	159.591.053,54	146.221.255,793	248.920.196,25	313.831.100,27
POKRIVENI TROŠKOVI, IZRAŽENI U PROCENTIMA	91,85%	94%	100%	100%

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

NOVI VEB PORTAL ZA DOBAVLJAČE

Kao deo aktivnosti na unapređenju procesa koji kreiraju nove poslovne mogućnosti i učvršćuju saradnju sa našim dobavljačima, tokom 2017. godine pokrenut je veb portal za dobavljače. Nova onlajn platforma omogućila je stalnu dostupnost informacija o fakturi i statusu nabavke, čime je znatno olakšana komunikacija sa dobavljačima, dok je pojednostavljen proces verifikovanja i odobravanja faktura od strane naših zaposlenih.

Kroz aktivnosti koje sprovodimo ka našim dobavljačima dajemo doprinos dostizanju sledećih UN ciljeva održivog razvoja (SDGs):



RADNO OKRUŽENJE

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



RADNO OKRUŽENJE

Motivisanost, znanje i bezbednost naših zaposlenih direktno doprinose važnom cilju kompanije Coca-Cola HBC Srbija – da težimo izvrsnosti u svemu što radimo. Upravo iz tog razloga nastojimo da, poštovanjem niza internih i eksternih principa, kao i kompanijskih vrednosti, te organizovanjem brojnih programa i aktivnosti, obezbedimo dosledno poštovanje prava zaposlenih, stalni napredak na polju bezbednosti i zdravlja na radu, ali i kreiranje novih prilika za lični i profesionalni razvoj.

SA CILJEM DA:

- pružimo svojim zaposlenima fer, etičko i inkluzivno radno okruženje
- brinemo o svojim zaposlenima i sa njima i njihovim predstavnicima komuniciramo otvoreno, iskreno i sa poštovanjem
- pomognemo svakom od zaposlenih da ostvari svoj pun potencijal i razvije liderske veštine
- negujemo kulturu koja promovira zdravlje i bezbednost na radnom mestu

NAŠI INTERNI STANDARDI KOJI SE ODNOSI NA ODGOVORNOST U RADNOM OKRUŽENJU:

- politika jednakosti
- politika ljudskih prava
- politika zaštite zdravlja i bezbednosti na radu
- politika produktivnog rada

FOKUSIRANI SMO NA SLEDEĆE OBLASTI:



FER RADNO
OKRUŽENJE



PRIVRŽENOST
ZAPOSLENIH



RAZVOJ
ZAPOSLENIH



ZDRAVLJE
I BEZBEDNOST

Ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih nacija, podržani našim aktivnostima i inicijativama u oblasti zaštite ljudskih prava i raznolikosti, jesu:



Naši napori koji se odnose na zdravlje i bezbednost doprinose UN ciljevima održivog razvoja:



FER RADNO OKRUŽENJE

Jednak položaj zaposlenih, poštovanje ljudskih i radnih prava zaposlenih i bezbedni radni uslovi predstavljaju osnovne preduslove zdravog radnog okruženja. U nameri da osiguramo poštovanje tih važnih principa, pored ispunjavanja svih zakonskih obaveza radimo i na internom uređivanju odnosa u pomenutim oblastima, podstičući zaposlene da i sami doprinesu daljem poboljšanju relevantnih praksi i procedura.

Politikom jednakosti, internim standardom naše kompanije garantuje se pružanje jednakih mogućnosti svim našim zaposlenima u svim aspektima zapošljavanja, i zabranjuje se diskriminacija na osnovu rase, vere, boje kože, etničke ili nacionalne pripadnosti, starosti, invaliditeta, seksualne orijentacije, političkog mišljenja, pola ili bračnog stanja. U svim aspektima rada u kompaniji, pri zapošljavanju, plaćanju, obuci, unapređenju, promeni radnog mesta i prekidu radnog odnosa, svi pojedinci se tretiraju pravedno, prema sposobnostima da zadovolje zahteve i standarde svoje pozicije.

Coca-Cola HBC Srbija zapošljava 933 osobe, a među zaposlenima, zbog prirode posla koja podrazumeva rad na terenu ili u fabričkim uslovima, preovlađuju muškarci (77 procenata muškaraca i 23 procenata žena). Tokom 2018. godine, svi zaposleni su angažovani na puno radno vreme, dok 848 zaposlenih ima ugovor na neodređeno vreme.

Posebnu pažnju, naša kompanija pridaje jednakosti na radnom mestu, te pruža jednake šanse ženama i muškarcima u pogledu karijere i ličnog razvoja, o čemu svedoči i činjenica da žene zauzimaju dve od ukupno osam pozicija u top menadžmentu. Pravo na porodiljsko odsustvo imaju svi zaposleni, a posebno podržavamo povratak svojih koleginica i kolega na radno mesto po isteku porodiljskog odsustva. Tokom 2018. godine, 15 zaposlenih iskoristilo je pravo na porodiljsko odsustvo, dok stopa povratka na radno mesto iznosi 57 procenata, a stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznosi 87,5 procenata.

933
ZAPOSLENIH

77%
MUŠKARACA

23%
ŽENA

12
MESECI

87,5%



Od 1. jula 2018. godine stupio je na snagu novi zakon o finansijskoj podršci porodici sa decom koji definiše da maksimalni iznos naknade zarade koji će Fond porodiljama isplaćivati ne može biti viši od trostrukog iznosa prosečne zarade u Srbiji, u odnosu na dosadašnji petostruki iznos.

Coca-Cola HBC jeste kompanija koja brine o svojim zaposlenima i sa radošću prima vesti o novim članovima porodica svojih zaposlenih, stoga će se svakoj našoj budućoj mami isplaćivati na teret sopstvenih sredstava: razlika do ugovorene zarade, ukoliko je ugovorena zarada viša od trostrukog iznosa prosečne zarade u Srbiji, regres i benefiti.

Ukupan broj radno angažovanih	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene
Srbija	891	200	883	195	1010	251	946	231	928	262	987	275
Fresh	118	16	114	13	10	2	0	1	0	1	1	0
Vlasinka	58	8	66	10	69	11	64	11	71	12	75	12
Ukupno	1.067	224	1063	218	1089	264	1010	243	999	275	1063	287
Ukupan broj radno angažovanih	1.291		1.281		1.353		1.253		1.274		1.350	

*Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

Ukupan broj radno angažovanih	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene
Srbija	724	156	671	144	715	173	675	179	671	185	663	201
Fresh	112	15	105	12	10	2	55	10	0	1	1	0
Vlasinka	56	7	60	8	60	9	0	1	59	10	58	10
Ukupno	892	178	836	164	785	184	730	190	730	196	722	211
Ukupan broj radno angažovanih	1.070		1.000		969		920		926		933	

	ZAPOSLENI		STALNA TREĆA LICA	
	muškarci	žene	muškarci	žene
2013.	892	178	175	46
2014.	836	164	227	54
2015.	785	184	304	80
2016.	730	190	280	53
2017.	730	196	269	79
2018.	722	211	341	76

	Ugovor na neodređeno vreme		Ugovor na određeno vreme	
	muškarci	žene	muškarci	žene
2013.	844	169	48	9
2014.	785	150	51	14
2015.	713	154	72	30
2016.	682	163	48	27
2017.	680	175	50	21
2018.	666	182	56	29

	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.
2013.	11,4%	81,02%	7,57%	-	85,72%	14,28%
2014.	10,4%	82,1%	7,5%	-	85,71%	14,28%
2015.	13,1%	79,46%	7,43%	-	87,5%	12,5%
2016.	12,6%	79,56%	7,83%	-	100%	-
2017.	12,74%	78,73%	8,53%	-	100%	-
2018.	15%	77%	8%	-	100%	-

Tip radnog ugovora	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	na određeno	na neodređeno	na određeno	na neodređeno	na određeno	na neodređeno	na određeno	na neodređeno	na određeno	na neodređeno	na određeno	na neodređeno
Srbija	46	834	46	769	87	801	68	786	62	794	80	784
Fresh	4	123	7	110	0	12	0	1	0	1	1	0
Vlasinka	7	56	12	56	15	54	7	58	9	60	4	64
Ukupno	57	1.013	65	935	102	867	75	845	71	855	85	848

Tip zaposlenja	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	sa punim radnim vremenom	sa nepunim radnim vremenom	sa punim radnim vremenom	sa nepunim radnim vremenom	sa punim radnim vremenom	sa nepunim radnim vremenom	sa punim radnim vremenom	sa nepunim radnim vremenom	sa punim radnim vremenom	sa nepunim radnim vremenom	sa punim radnim vremenom	sa nepunim radnim vremenom
Srbija	880	0	815	0	888	0	854	0	856	0	864	0
Fresh	127	0	117	0	12	0	1	0	1	0	1	0
Vlasinka	63	0	68	0	69	0	65	0	69	0	68	0
Ukupno	1.070	0	1.000	0	969	0	920	0	926	0	933	0

Fluktuacija radne snage	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene
Novozaposleni	112	22	84	24	106	33	78	34	97	37	68	41
Zaposleni koji su napustili kompaniju	128	26	152	26	183	36	121	24	98	30	79	24

Starosna struktura zaposlenih koji su napustili kompaniju	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene
<30	50	5	51	6	39	7	27	9	39	2	14	3
30–50	67	17	87	16	134	25	79	13	56	25	61	21
>50	11	4	14	4	10	4	15	2	3	3	4	0
Ukupno	128	26	152	26	183	36	121	24	98	30	79	24

Stopa fluktuacije*

2013.	6,54%
2014.	6,53%
2015.	4,4%
2016.	15,5%
2017.	14%
2018.	11,03%

* Za podatke od 2013. do 2015. godine stopa fluktuacije je računata prema formuli: (broj zaposlenih koji su napustili kompaniju/prosečan broj zaposlenih u periodu izveštavanja) x 100. Od 2016. godine stopa fluktuacije računa se prema formuli: (broj stalno zaposlenih koji su napustili kompaniju/ukupan broj stalno zaposlenih) x 100.

ŽALBENI MEHANIZMI ZA ZAPOSLENE

Politika jednakih mogućnosti podvlači da nijedan zaposleni ne sme biti podvrgnut fizičkom, seksualnom, rasnom, psihološkom, verbalnom ili nekom drugom obliku uznemiravanja ili zlostavljanja. Kompanija osigurava postojanje odgovarajućih procedura u slučaju nezadovoljenja tog standarda, kao i brzog i efektivnog otklanjanja takvih slučajeva.

Na nivou prakse, to znači da su ustanovljene formalne žalbene procedure koje otklanjaju mogućnost pojave osvetoljubivog ponašanja za prijavljivanje primećenog nepoštovanja Politike jednakih mogućnosti. U zavisnosti od tipa žalbe, postoji ili lice za podršku (u slučaju zlostavljanja), ili mogućnost izjašnjenja (disciplinski postupak), kao i „Reci!“ linija preko koje zaposleni anonimno mogu da iznesu bilo koju zabrinutost ili sumnju. Zaposleni, takođe, mogu podneti prijavu i na druge načine, na primer sindikatu.

U slučaju kršenja Kodeksa poslovnog ponašanja, postupak podrazumeva da nakon dobijanja informacije menadžment procenjuje da li se sporna situacija rešava na lokalnom nivou ili preko glavne uprave Coca-Cola Hellenic grupe. Ukoliko se situacija rešava preko glavne uprave, slučaj se prijavljuje menadžeru nadležnom za primenu Kodeksa poslovnog ponašanja, dok se slučajevi na lokalnom nivou rešavaju pod pokroviteljstvom interne revizije i pravne službe.

Dokaz posvećenosti promovisanju jednakih mogućnosti jeste to što kompanija prati sopstveni učinak i, u sklopu godišnjeg Izveštaja o održivosti, objavljuje informacije o pokrenutim žalbenim postupcima u vezi sa radnim i ljudskim pravima. Tokom 2018. godine podneto je četiri žalbe u vezi sa radnim pravima koje su rešene sporazumno, uz pomoć posrednika. Nije bilo zabeleženih slučajeva diskriminacije, kao ni žalbi u oblasti ljudskih prava. Obuke o politikama, standardima i praksama kompanije u tim oblastima tokom 2018. godine nisu održane.

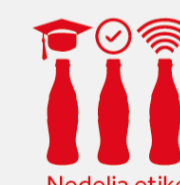
NEDELJA ETIKE I USKLAĐENOSTI

Nedelja etike i usklađenosti 2018. godine bila je posvećena primeni Evropske regulative za zaštitu podataka (General Data Protection Regulation – GDPR), koja menja način rukovanja i zaštite podataka o ličnosti. Zaposleni su imali priliku da pogledaju interesantne video-materijale i da učešćem u nagradnom kvizu nauče osnovne stvari o tom dokumentu kompanije, kao i o načinima na koje mogu prijaviti njeno kršenje, na primer, pomoću sos-linije „Reci!“.

POLITIKA LJUDSKIH PRAVA

Politika ljudskih prava kompanije Coca-Cola HBC predstavlja fundamentalni dokument, čije principe strogo poštujemo na nivou procedura, ali i u svakodnevnom poslovanju. Spomenuti dokument zasniva se 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, na Globalnom dogovoru Ujedinjenih nacija i na Vodećim principima Ujedinjenih nacija o poslovanju i ljudskim pravima.

U želji da dokument na dosledan način bude primenjen i u praksi, ohrabrujemo sve svoje zaposlene da uz pomoć posebnog mehanizma pokrenu rešavanje pitanja i nedoumica u vezi sa Politikom ljudskih prava ili potencijalnim kršenjem tih standarda. Radi unapređenja postojećih principa, to jest radi sprovođenja odgovarajućih korektivnih mera u toj oblasti, svaki upit zaposlenog pažljivo se razmatra.



Budite glas naših vrednosti.

Nedelja etike i usklađenosti 2018.



ZAŠTITITE PODATKE

O LIČNOSTI KOJIMA RUKUJETE U SVAKODNEVNOM RADU

BENEFICIJE I KOLEKTIVNI UGOVOR

Formiranje sindikalnih organizacija ili pridruživanje takvim organizacijama jeste pravo svakog zaposlenog u našoj kompaniji, što je i propisano Politikom ljudskih prava. U slučajevima kada zaposlene zastupaju zakonski priznate sindikalne organizacije, zalažemo se za uspostavljanje konstruktivnog dijaloga sa njihovim slobodno izabranim predstavnicima.

Svi zaposleni kompanije Coca-Cola HBC Srbija obuhvaćeni su kolektivnim ugovorom, a kompanija prilikom donošenja velikih poslovnih odluka i bavljenja pitanjima od zajedničkog interesa konsultuje svoje zaposlene, sindikate, kao i kancelariju Evropskog Saveta za pitanja rada.

U vezi sa tim, kompanija je definisala rok od 30 dana za blagovremeno informisanje zaposlenih o strateškim promenama u poslovanju koje bi mogle uticati na njih. Osim toga, za rukovodioce u našoj kompaniji obezbeđeno je privatno zdravstveno osiguranje, a polisa dodatno obezbeđuje, pored osiguranja od nezgode, i osiguranje od profesionalnih oboljenja i smrti usled bolesti. Svi zaposleni, pored obaveznog zdravstvenog osiguranja, imaju osiguranu nadoknadu po osnovu invalidnosti, ili nesposobnosti, porodijsko odsustvo i otpremninu pri odlasku u penziju. Kompanija obezbeđuje i:

- **mesečni i godišnji bonus, u zavisnosti od tipa pozicije**
- **specijalni godišnji bonus na osnovu rezultata kompanije**
- **poklon čestitku za rođenje deteta i solidarnu pomoć u slučaju smrti člana uže porodice ili smrti zaposlenog, kada postoji i mogućnost stipendiranja dece zaposlenog**
- **više dana godišnjeg odmora i plaćenog odsustva nego što je zakonski minimum**
- **kantinu u fabrici**
- **konzumaciju bezalkoholnih proizvoda u prostorijama kompanije**
- **kutak za razonodu zaposlenih**
- **dogođaje za zaposlene i članove njihovih porodica**
- **novogodišnje paketiće za decu zaposlenih**
- **popuste za kupovinu roba i usluga – zdravstvene usluge, putovanja, sport i razonoda**
- **specijalne nagrade za ostvarenje rezultata predviđenih programima prepoznavanja i nagrađivanja**
- **jubilarnе nagrade za zaposlene koji su 10, 20, 30, 35 i 40 godina u kompaniji**
- **poklon pakete proizvoda dva puta godišnje**
- **najam sportskih balona osam meseci u godini za zaposlene u prodaji i sistemu snabdevanja**
- **nagrade za inoviranje i usavršavanje u sistemu snabdevanja.**

Kompanija, dodatno, nudi prelazne programe pomoći, čime se pruža pomoć zaposlenima koji odlaze u penziju, ili im je prestao radni odnos, i omogućava: prekvalifikaciju zaposlenih koji nameravaju da nastave sa radom, otpremnine, prilikom kojih se uzimaju u obzir godine starosti i godine službe zaposlenih, kao i podrška u pronalaženju posla.

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



PRIVRŽENOST ZAPOSLENIH



Istinski uspešnu kompaniju moraju da čine zadovoljni, lojalni i posvećeni zaposleni. Upravo zato se trudimo da održimo visok nivo privrženosti zaposlenih, čije je zalaganje za promovisanje naših korporativnih vrednosti u široj poslovnoj i društvenoj zajednici od neprocenjivog značaja za uspeh kompanije, kao i privlačenje mladih talenata koji će doneti novu energiju i inovacije u Coca-Cola HBC Srbija sistem.



ISTRAŽIVANJE O PRIVRŽENOSTI ZAPOSLENIH MY VOICE

U nameri da bolje razumemo šta su naše glavne snage i izazovi kada je reč o korporativnoj kulturi i internoj komunikaciji, po šesti put zaredom pozvali smo svoje zaposlene da učešćem u istraživanju „My voice“ izraze sopstvene stavove po pitanju privrženosti kompaniji i njenim vrednostima.

Anketu sprovedenu tokom 2018. godine popunilo je čak 95 posto kolega iz naše operacije i, na taj način, doprinelo relevantnosti rezultata. Postignuti rezultati ponovo su nas svrstali među najbolje tri operacije na nivou Coca-Cola HBC Grupe, što nas je posebno motivisalo da zajedno stvaramo kvalitetno mesto za rad i nastavimo sa sprovođenjem promena koje će nam omogućiti da budemo još bolji.

INDEKS PRIVRŽENOSTI I ŽIVLJENJA KOMPANIJSKIH VREDNOSTI	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Indeks privrženosti zaposlenih kompaniji	65%	71%	92%	91%	93%	92%
Indeks življenja kompanijskih vrednosti	78%	82%	93%	93%	97%	*

* Indeks življenja kompanijskih vrednosti više se ne meri, usled promena u dizajnu istraživanja tokom 2018.



Pomenuto istraživanje, koje se već godinama sprovodi u svih 28 zemalja Coca-Cola HBC grupe, jeste potpuno anonimno i sprovodi ga nezavisna eksterna konsultantska firma.

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

ČETVRTU GODINU ZAREDOM COCA-COLA HBC SRBIJA PROGLAŠENA JE ZA NAJPOŽELJNIJEG POSLODAVCA

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

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

COCA-COLA SUPER AMBASADOR PROGRAM

Shvatajući da postupci i komunikacija naših zaposlenih može značajno uticati na poverenje spoljnih aktera prema proizvodima kompanije i njenu reputaciju, pokrenuli smo program Coca-Cola Super ambasadori, koji je deo sveobuhvatne Coca-Cola Ambassador platforme. Program je zamišljen tako da zaposlene osnaži da samouvereno govore o našem poslovanju, koristeći činjenice, da najpre razumeju, a zatim i da objasne i prenesu zbog čega nešto radimo – ne samo u poslovnim, već i u svakodnevnim neformalnim susretima.

Tokom 2018. godine održana je Mini super ambasador radionica, sa namerom da se unapredi znanje o proizvodima i sastojcima naših proizvoda, kao i strategijama odgovornog poslovanja, sa ciljem da u svakodnevnoj interakciji sa partnerima, prijateljima, poznanicima naši zaposleni uvek nastupaju kao pravi ambasadori kompanije i njenih proizvoda.



INTERNA KOMUNIKACIJA I INFORMISANJE

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

U želji da svojim zaposlenima omogućimo da mogu redovno da prate novosti i učestvuju u brojnim internim aktivnostima koje naša kompanija organizuje, na raspolaganju su različiti vidovi komunikacije, kao što su veb-sajt, njuzleter, oglasne table, interna TV i intranet. Platforma intranet omogućava korisniku da u svakom trenutku dođe do svih činjenica i odgovora na pitanja o našim proizvodima i kompaniji, da bude informisan o novostima i vestima koje delimo na društvenim mrežama i postane naš aktivni ambasador.

- Proslavljajući 50 godina rada u Srbiji organizovali smo interaktivno fotografisanje zaposlenih uz simbole svake od decenija, gradeći nove priče i uspomene za budućnost.
- U želji da podstaknemo prazničnu atmosferu među zaposlenima, u decembru smo organizovali humanitarni Novogodišnji bazar, na kome su zaposleni imali prilike da prodaju ukrase, čestitke, slatkiše i poklone koji su sami napravili, a ceo prihod je doniran Domu za decu sa posebnim potrebama pri manastiru Sveta Petka kod Paraćina.

RAZVOJ ZAPOSLENIH

Smatramo da neprekidno usavršavanje i rad na ličnom rastu predstavljaju važne predušlove za podsticanje uspeha i zadovoljstva zaposlenih, ali i postizanje izuzetnih poslovnih rezultata koji će biti primećeni. Zato smo posvećeni stvaranju novih mogućnosti za učenje, razvoj i inoviranje, koje će dati priliku zaposlenima da pokažu svoju inventivnost i napreduju na svim poljima. Kao i u prethodnom periodu, i tokom 2018. godine svi naši zaposleni dobili su procenu svog ličnog profesionalnog učinka i razvoja. Budući da su međusobno razumevanje i dobra komunikacija među članovima tima, kao i između timova, od suštinskog značaja za privrženost i motivisanost zaposlenih, redovno pratimo i postupamo u skladu sa utiscima zaposlenih o kvalitetu odnosa sa nadređenima.



NOVE PRILIKE ZA UČENJE, RAZVOJ I INOVIRANJE

Ispunjavanjem individualnog razvojnog plana, svaki naš zaposleni na organizovan način pristupa radu na ličnom rastu i razvoju, doprinoseći time napretku čitave kompanije. U želji da svojim kolegama omogućimo da na brži, lakši i bolji način dođu do prilika za sticanje novih iskustava, učenje i predlaganje novih rešenja, tokom 2018. godine sprovodili smo sledeće programe:

- **Millennials' Movement – uticanje na fleksibilnost u radu, upravljanje energijom u toku radnog dana i kreiranje prostora za inovacije u poslu**
- **Make my Life Easier – optimizacija procesa**
- **Idea for Growth – generisanje ideja i brža implementacija inovacija u našem poslovanju**
- **HELO digitalna platforma – jednostavno širenje znanja, napredovanje i upravljanje timom**
- **Leader's HUB – pristup edukativnim materijalima koji pružaju podršku zaposlenom na svakom koraku razvoja njegove profesionalne karijere**
- **Development Guide – vodič za razvoj koji pomaže u boljem razumevanju trening programa, kao i predušlova koje je potrebno ispuniti, kako bi se pohađali određeni trening programi.**



POVRATNA INFORMACIJA MOM RUKOVODIOCU

Shodno tome da inovacije i dalji rast predstavljaju strateške pravce razvoja našeg poslovanja, izuzetno nam je važno da njih prate otvorena komunikacija između rukovodilaca i zaposlenih, te međusobno uvažavanje i razumevanje, bez kojih uspešno funkcionisanje tima i neprekidan rad na sprovođenju promena ne bi bili mogući.

Upravo zato, svake godine sprovodimo istraživanje „Povratna informacija mom rukovodiocu“, sa ciljem da na osnovu iskrenih utisaka zaposlenih pomognemo rukovodiocima da na još kvalitetniji način podrže članove tima da se razvijaju, budu samostaljniji u donošenju odluka i pronalaze nove načine da unaprede svakodnevni posao.

Na naše veliko zadovoljstvo, upitnik je popunilo preko 1.000 zaposlenih, a 154 rukovodioca je popunilo upitnik za samoprocenu. S obzirom na to da razumevanje rezultata jeste od najvećeg značaja za planiranje i sprovođenje promena koje će poboljšati rad tima i svih njegovih članova pojedinačno, svaki rukovodilac dobio je individualni izveštaj, koji mu je pružio osnovne smernice kako da planski razvija svoj tim u budućnosti.

Rezultati istraživanja pokazuju da imamo preko 80 posto pozitivnih ocena u svim kategorijama, što nas ohrabruje da i u budućnosti radimo na razvoju komunikacije i razumevanja u našim timovima. Istraživanje nam je pomoglo da bolje razumemo potrebe svojih zaposlenih, pa tako redovna komunikacija o razvoju i karijeri predstavlja oblast u kojoj ima najviše prostora za unapređenje.

U skladu s tim pokrenuli smo akcije usmerene na oblasti razvoja i karijere.

1.

MOJ RAZVOJ, MOJA REVOLUCIJA

Na korporativnom intranetu nalaze se alati koji omogućavaju zaposlenima da dalje usavršavaju svoje veštine i znanja, a koje čine lična HELO stranica sa tutorialima i kursevima, portal Educate za sticanje specifičnih i stručnih znanja, kao i CCHBC biblioteka koja sadrži literaturu iz svih oblasti biznisa. Pored on-lajn edukacije, za zaposlene su u okviru meseca učenja tokom 2018. godine organizovani treninzi iz oblasti upravljanja stresom, lične produktivnosti, prilagođavanja promenama i efektivne komunikacije.

2.

PEOPLE MANAGEMENT PROGRAM

Program je dizajniran tako da obezbedi menadžerima na MoO (Manage of Others) nivou neophodna znanja, veštine i stavove za uspešno upravljanje ljudima i procesima u vezi sa ljudima. Program se sastoji od modula koji su osmišljeni kao treninzi/radionice, studije slučaja, koučing sesije i konsultacije, ali i kao način individualne pripreme uz pomoć literature.

3.

KOMUNIKACIJA NA PRVOM MESTU

U želji da najbolje iskoristimo rezultate istraživanja, pozvali smo sve rukovodioce da prouče svoje individualne izveštaje i razgovaraju o učinku sa članovima svog tima, a sve u cilju zajedničkog rešavanja identifikovanih nedoumica i izazova.



Obuka	Ukupan broj sati obuke	Prosečan broj sati obuke godišnje po zaposlenom
2013	47.051	43,97
2014	26.301	26,30
2015	26.136	26,9
2016	15.671	17,03
2017	14.816	16
2018	17.222	18,46

Obuka	Ukupan broj sati obuke prema polu		Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu	
	muškarci	žene	muškarci	žene
2013	39.293	7.758	44,05	43,58
2014	23.145,7	3.155,3	27,6	19,2
2015	20.547	5.589	28,17	30,37
2016	11.959	3.712	16,3	19,5
2017	n/a	n/a	n/a	n/a
2018	12.702	4.520	17,59	21,42

*Usled uvođenja novog procesa praćenja obuke zaposlenih, podaci za 2017. godinu nisu bili dostupni.

ZDRAVLJE I BEZBEDNOST



Građenje snažne kulture bezbednosti predstavlja dugoročnu misiju kompanije Coca-Cola HBC Srbija, kojoj smo posvećeni u svim aktivnostima koje obavljamo.

Na sistemskom nivou, uključujemo strategiju zaštite zdravlja i bezbednosti na radu u godišnji proces planiranja poslovanja i programe merenja učinka, nastojeći da pored poštovanja zakonskih okvira aktivno razvijamo svoje interne standarde u toj oblasti.

Na nivou aktivnosti, osmišljavajući brojne zanimljive forme edukacije i praktičnog učenja o bezbednosti i zdravlju na radu, jačamo svest zaposlenih o važnosti bezbednog ponašanja i ukazivanja na situacije koje mogu predstavljati potencijalnu pretnju po njihovu ličnu bezbednost, ali i bezbednost drugih.

Sistem BZR i prava zaposlenih

- Procedure u Coca-Cola HBC Srbija jesu u skladu sa važećim zdravstvenim i bezbednosnim pravilima i propisima.
- Primenjujemo međunarodno priznat sistem upravljanja OHSAS 18001, kao i Coca-Cola Hellenic i TCCC KORE standarde u vezi sa bezbednošću na radu.
- Za zdravlje i bezbednost na radu u kompaniji zadužen je Sektor održivog razvoja.
- Sprovode se analiza rizika za svako radno mesto i za svaku zonu boravka zaposlenih, kao i odgovarajući preventivni programi.
- Dodatno, na nivou kompanije Odbor za bezbednost i zdravlje na radu pomaže pri praćenju i davanju saveta u vezi sa programima zaštite na radu. Odbor se sastoji od tri člana, od kojih jednog određuje poslodavac, a dva sindikat.
- Pitanje bezbednosti i zdravlja na radu obuhvaćeno je i kolektivnim ugovorom, kojim su posebno definisana radna mesta sa povećanim rizikom, kao i prava i obaveze zaposlenih na takvim radnim mestima.



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

Nastojimo da stalnom komunikacijom sa zaposlenima, sprovođenjem zanimljivih edukativnih aktivnosti i javnim isticanjem zaposlenih koji predstavljaju najpozitivnije primere bezbednog ponašanja na radnom mestu nastavimo da jačamo svest o važnosti bezbednog ponašanja i da motivišemo zaposlene da u još većoj meri brinu o sebi, ali i o drugima. Tokom 2018. godine nije bilo nesreća sa fatalnim ishodom, kao ni profesionalnih oboljenja, a zabeleženo je ukupno 11 povreda na radu, od kojih su dve povrede sa ozbiljnim posledicama.

Stopa povreda*	2013		2014		2015		2016		2017	
	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene
Srbija	2,25	0,61	1,43	1,33	0,55	0	0,72	0	0,41	0
Fresh	0	0	2,73	0	0	0	-	-	0	0
Vlasinka	1,71	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukupno	1,93	0,54	1,49	1,17	0,51	0	0,72	0	0,41	0

* Stopa povreda izračunata je prema formuli: ukupan broj povreda / ukupan broj radnih sati x 200.000.

Stopa izgubljenih dana*	2013		2014		2015		2016		2017	
	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene
Srbija	59,80	2,46	25,41	52,55	13,79	0	22,17	0	26,68	0
Fresh	0	0	33,75	0	0	0	-	-	0	0
Vlasinka	99,21	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukupno	54,33	2,15	24,63	46,14	12,83	0	22,17	0	26,68	0

* Stopa izgubljenih dana izračunata je prema formuli: (ukupan broj izgubljenih dana/ukupan broj radnih sati) x 200.000.

Stopa izostajanja sa posla*	2013		2014		2015		2016		2017	
	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene	muškarci	žene
Srbija	1,01%	2,11%	0,84%	1,50%	1,22%	2,28%	7,688%	6,917%	0,37%	0,38%
Fresh	0,71%	1,30%	1,25%	5,87%	5,75%	15,08%	-	-	0	0
Vlasinka	1,64%	2,85%	1,72%	3,22%	0,67%	1,59%	1,532%	2,10%	0	0
Ukupno	1,01%	2,07%	0,94%	1,84%	1,24%	2,39%	9,22%	7,127%	0,37%	0,38%

Stopa povreda na radu sa ozbiljnim posledicama

	2018
Zaposleni	0,14
Radno angažovani (obezbeđenje, higijena i sl.)	0
Nezavisni podizvođači	0

Stopa zabeleženih povreda na radu

	2018
Zaposleni	0,61
Radno angažovani (obezbeđenje, higijena i sl.)	1,37
Nezavisni podizvođači	



BEZBEDNOST ZASNOVANA NA PONAŠANJU

Bezbednost zasnovana na ponašanju (BBS) predstavlja program menjanja kulture zaposlenih na osnovu posmatranja procesa rada i zaposlenih tokom obavljanja radnih zadataka. Navedeni program potekao je od Coca-Cola kompanije i predstavlja jedan od poslovnih prioriteta sa čijom primenom će početi u svim postrojenjima kompanije Coca-Cola HBC Srbija. Programom BBS fokus jeste na utvrđivanju i identifikovanju razloga zbog kojih ljudi rizikuju prilikom obavljanja svog posla i na detaljnoj analizi, kako bi menjali kulturu bezbednosnog sistema.

Glavni cilj jeste u tome da se omogući konstruktivni razgovor i da se ohrabre zaposleni na svim nivoima da komuniciraju i pružaju povratne informacije o ponašanju koje utiču na sigurnost. Identifikacijom sistemskih barijera koje dopuštaju rizično ponašanje menja se svest i uvode se proaktivne mere kojima se ima za cilj eliminacija skrivenih i prisutnih rizika, kako bi obavljanje aktivnosti proteklo u potpunosti bezbedno. S ponosom ističemo da je, nakon fabrike vode „Vlasinka“, naša punionica u Beogradu tokom 2018. godine postala peta fabrika u celoj Coca-Cola HBC grupi koja je uspešno počela sa implementacijom programa Bezbednost zasnovana na ponašanju. Po završetku procesa posmatranja u sektoru proizvodnje, postepeno će i logistika postati deo tog programa, čime ćemo se popeti za još jednu stepenicu u dostizanju bezbednosne kulture svetskih razmera.

NEDELJA ZDRAVLJA I BEZBEDNOSTI

Namera nam je da Nedelja bezbednosti i zdravlja na radu podstakne širenje svesti o potrebi angažovanja svih zaposlenih u usvajanju bezbednog ponašanja na svakodnevnom nivou, ali i pružanja ličnog doprinosa u pravcu smanjenja i otklanjanja rizika na radnom mestu.

Aktivnosti tokom ovogodišnjeg događaja posvećenom bezbednosti i zdravlju na radu podrazumevale su: radionicu prve pomoći, akciju dobrovoljnog davanja krvi, takmičenje u vidu poligona za zaposlene u magacinu i proizvodnji, kao i kviz u kome su zaposleni pokazali svoje znanje iz oblasti bezbednosti na radu i osvojili vredne nagrade. Zaposleni su, takođe, pozvani da, putem Innovation for Growth platforme, predlože svoju ideju o prevenciji rizika od povreda na radu i, na taj način, podstaknu dalji razvoj kulture bezbednosti u našoj kompaniji.

ZDRAVLJE I DOBRA KONDICIJA

Zdrav način života, koji podrazumeva bavljenje sportom, boravak u prirodi, kvalitetnu ishranu i provođenje vremena sa prijateljima i porodicom, predstavlja glavni način prevencije bolesti, ali i većeg zadovoljstva i osećaja ispunjenosti, te se organizovanjem brojnih događaja i pružanjem različitih pogodnosti trudimo da motivišemo zaposlene da budu što aktivniji i da pritom pomognu nekome.

Naša kompanija svojim zaposlenima obezbeđuje lekarske preglede, učešće u programima kompanije i zajednice koji se odnose na sport i zdrave životne navike. Pored toga, aktivni smo u organizovanju manifestacija u kojima mogu da učestvuju naši zaposleni i da budu uključeni kao volonteri – Coca-Cola trka zadovoljstva u okviru Beogradskog maratona, Coca-Cola biciklijada, ili Happy run trka. Našim zaposlenima su na raspolaganju i raznovrsne aktivnosti tokom nedelje, poput igranja fudbala i vožnje bicikla koji mogu besplatno da iznajme tokom vikenda. Svake godine za zaposlene i njihove porodice organizujemo Porodični dan, koji spaja opuštanje i odmor u prirodi, sportska takmičenja koja testiraju takmičarski duh i snagu porodičnih timova, kao i humanitarne akcije.



ŽIVOTNA SREDINA

- Upravljanje vodnim resursima
- Zaštita energetske resursa i klime
- Održiva ambalaža i recikliranje



Shvatajući važnost kontinuiranog ulaganja u poboljšanje performansi naše kompanije, kada je reč o uticajima na životnu sredinu, stalno radimo na usavršavanju postojećih procesa u toj oblasti, kao i na razvijanju novih, nastojeći da dostignemo zacrtane ciljeve i opravdamo titulu jednog od lidera održivosti u industriji napitaka na globalnom nivou.

Pristup zaštiti životne sredine zasnovali smo na inovativnosti – stalnom pronalaženju novih načina za postizanje održivosti, nastojanjima da se negativni uticaji na okruženje umanje, a pozitivni uvećaju. Pri tome, razvijamo i negujemo partnerstva sa različitim zainteresovanim stranama – vladinim agencijama, nevladinim organizacijama i drugim partnerima, kako bismo što uspješnije odgovorili na sve veće izazove.

Smanjujemo negativni uticaj na životnu sredinu u celom lancu vrednosti, tako što ispunjavamo sledeće ciljeve tamo gde je to moguće:

- smanjenje potrošnje vode, energije i generisanog otpada
- smanjenje emisije gasova staklene bašte (GHG)
- optimizacija ambalaže, povećanje povraćaja i reciklaže ambalaže, smanjenje otpada koji se odlaže na deponiju
- odgovorno snabdevanje

MISIJA ODRŽIVOST 2025.

Osvrnuvši se na sopstvene trenutne inicijative održivosti, na pravom smo putu da ispunimo svoj prvi set ciljeva održivosti, dok smo već postigli svoje ciljeve u sakupljanju ambalažnog otpada i smanjenju emisije CO2 u nizu vrednosti ciljeva do 2020. godine.

Naši ciljevi održivosti do 2025. godine zasnivaju se na skupu ciljeva za 2020. godinu, a takođe su usklađeni sa globalnom agendom Coca-Cola kompanije za 2030. godinu „Svet bez otpada“, kreirajući zajedničku, sistemsku viziju. Pregled novih ciljeva održivosti možete pronaći na strani 12.

Imajući u vidu najznačajnije uticaje našeg poslovanja, na globalnom nivou, i u našoj zemlji, fokusirani smo na sledeće oblasti:



UPRAVLJANJE
VODNIM RESURSIMA



ZAŠTITA ENERGETSKIH
RESURSA I KLIME



ODRŽIVA AMBALAŽA
I RECIKLIRANJE

Naše poslovanje u potpunosti je usklađeno sa važećim zakonima i propisima o zaštiti životne sredine, što potvrđuje i činjenica da u 2018, kao ni prethodnih godina, nismo imali nijednu kaznu po tom osnovu. Uz to, interne i eksterne zainteresovane strane mogu podneti žalbe u vezi sa životnom sredinom putem zvaničnog i-mejla i telefona kompanije, a tokom 2018. na takav način nije upućena nijedna žalba.



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

- Politika zaštite životne sredine
- Politika o klimatskim promenama
- Politika upravljanja otpadnom ambalažom nakon konzumacije
- Politika upravljanja vodenim resursima
- Politika bezbednosti voznog parka.

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

Nizom aktivnosti koje sprovodimo u oblasti zaštite životne sredine dajemo doprinos dostizanju sledećih UN ciljeva održivog razvoja:



BIODIVERZITET

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

UKLJUČIVANJE ZAPOSLENIH

Pristup koji koristimo podrazumeva uključivanje svih zaposlenih, te svaki novozaposleni, u okviru uvodne obuke prilikom početka rada, prolazi i deo edukacije koji je u vezi sa zaštitom životne sredine. Pored toga, svake godine održavamo niz obuka sa ciljem unapređenja kompetencija svojih zaposlenih:

	2015.	2016.	2017.	2018.
Trening za zaštitu životne sredine i prijavljivanje potencijalnih i stvarnih gubitaka ekoloških resursa (h)	254	293	297	212,5
Trening za dobru proizvođačku i dobru magacinsku praksu, koji obuhvata i aspekte koji se odnose na životnu sredinu (h)	309	241,5	210	163
Trening na temu upravljanja opasnim materijama (h)	120	159	328	128

NAGRADA COCA-COLA HBC GRUPE ZA PERFORMANSE KVALITETA, BEZBEDNOSTI I ZDRAVLJA NA RADU I ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE NAŠOJ OPERACIJI I U 2018.

I u 2018. godini osvojili smo nagrade koje nas čine još ponosnijima. Naš sektor sistema snabdevanja je osvojio tri prva mesta za svoje performanse, a Rosa Topli Do proglašena je za najbolju fabriku. Prepoznati smo, takođe, i u kategorijama iz oblasti kvaliteta, bezbednosti i zdravlja na radu i zaštite životne sredine.

Kriterijumi za dodelu nagrada, kada je reč o zaštiti životne sredine, bili su poboljšanje procesa, odnosno smanjenje potrošnje vode i energije u 2017. u odnosu na 2016. godinu i koliko su ti rezultati bolji od proseka u Grupi, aktivnosti zemlje u Near Loss programu (broj prijavljenih i zatvorenih NL akcija). Dodatni bonus poeni dodeljuju se za uključenost zaposlenih u aktivnosti zaštite životne sredine na operativnom nivou, implementaciju projekata za smanjenje karbonskog otiska i smanjenje potrošnje vode, kao i za osvajanje eksternih priznanja.

EKOLOŠKI PARAMETRI

U svim punionicama se prate sledeći ekološki parametri:

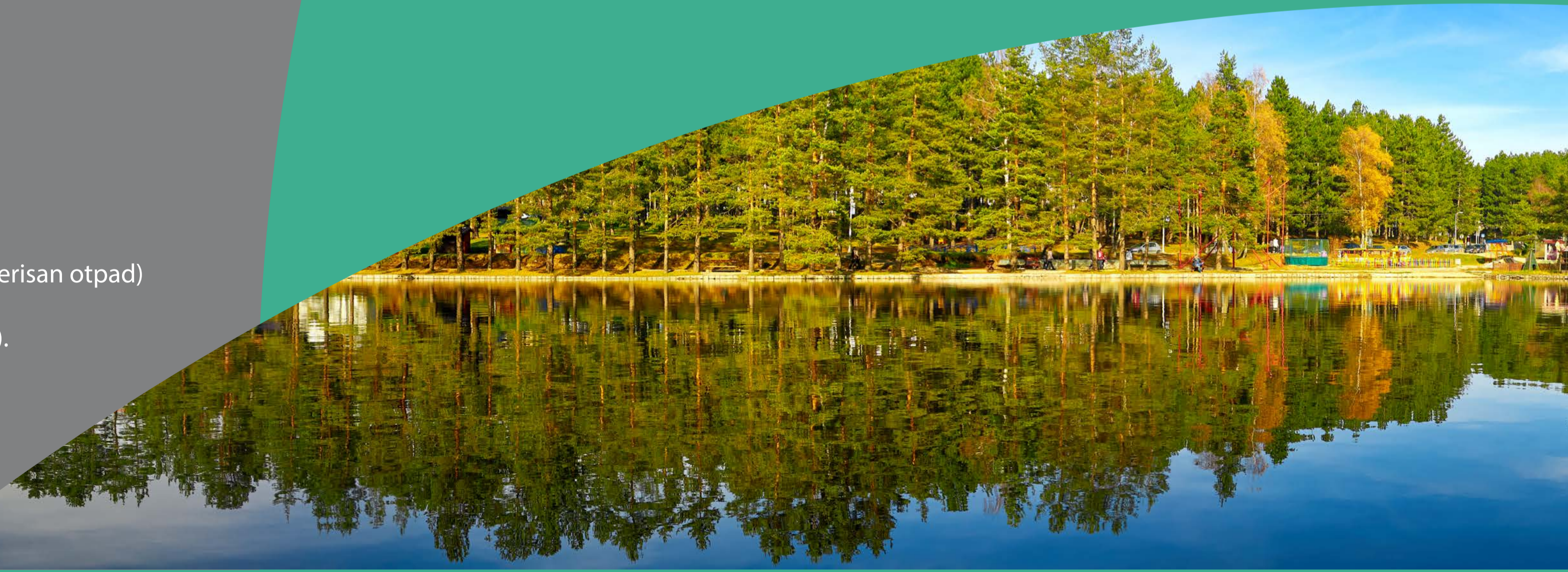
- potrošnja energije (u megadžulima po litru proizvedenog pića)
- potrošnja vode (u litrima po litru proizvedenog pića)
- ukupno generisan otpad (u gramima po litru proizvedenog pića)
- recikliran otpad (procenat recikliranog otpada u odnosu na ukupno generisan otpad)
- otpad koji se odlaže na deponiju (u gramima po litru proizvedenog pića).

Na nivou Coca-Cola HBC Grupe, tako i u Srbiji, 2014. godine uveden je i novi vodeći ekološki parametar – Near Loss. Parametar NL uveden je sa ciljem podizanja svesti zaposlenih i unapređenja rezultata ostalih parametara, a sastoji se u detektovanju mogućih gubitaka ekoloških resursa, i njihovom pravovremenom otklanjanju. Primenom tog parametra, u 2018. godini ostvarili smo odličan rezultat i imali čak 85 posto uspešno realizovanih akcija.

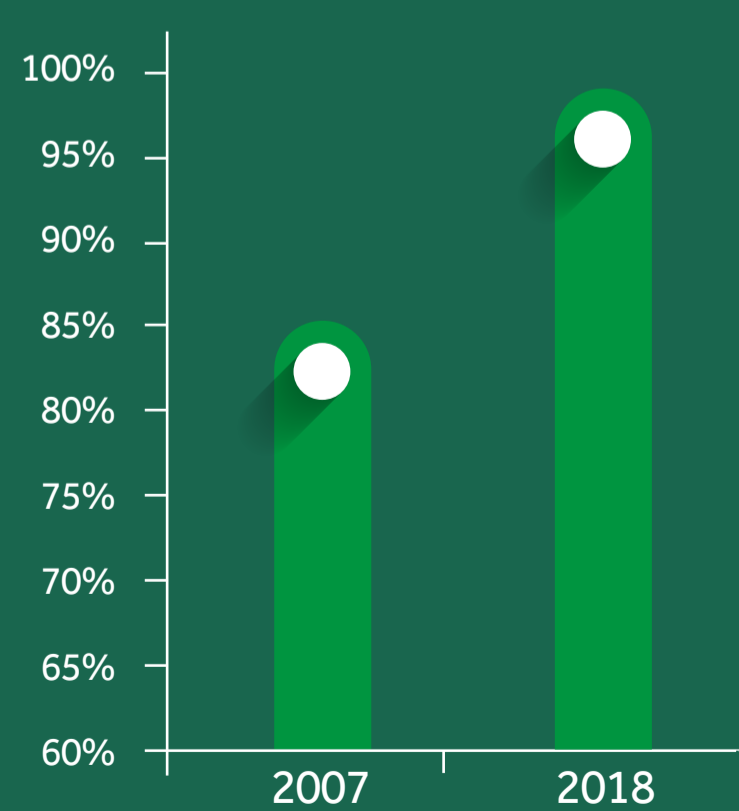
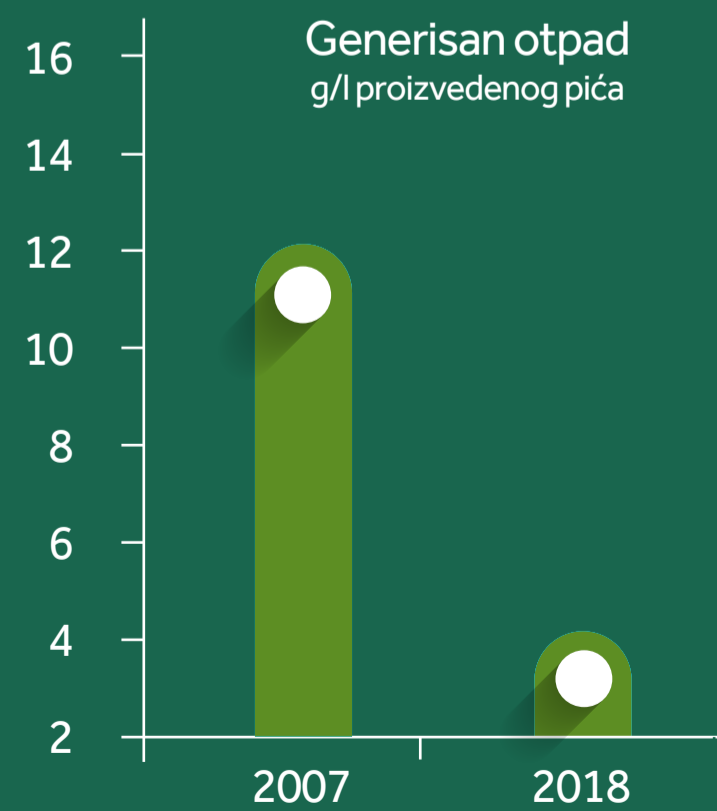
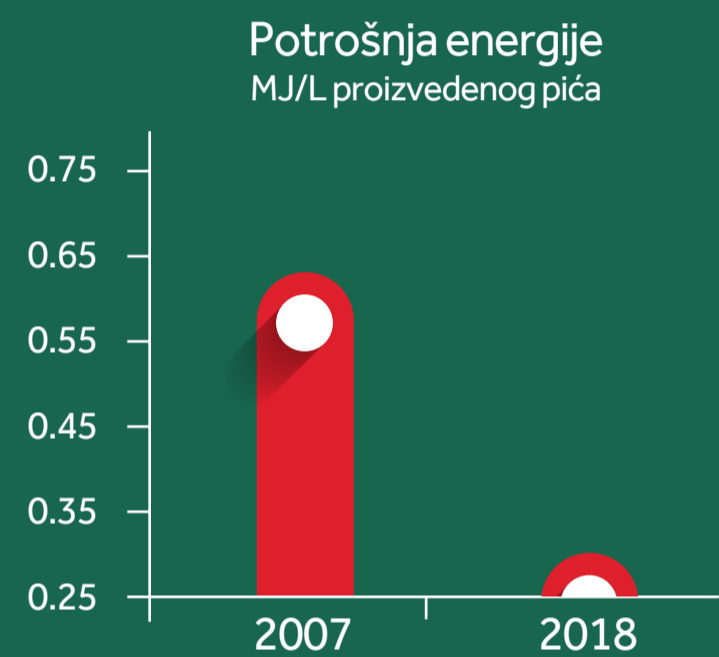
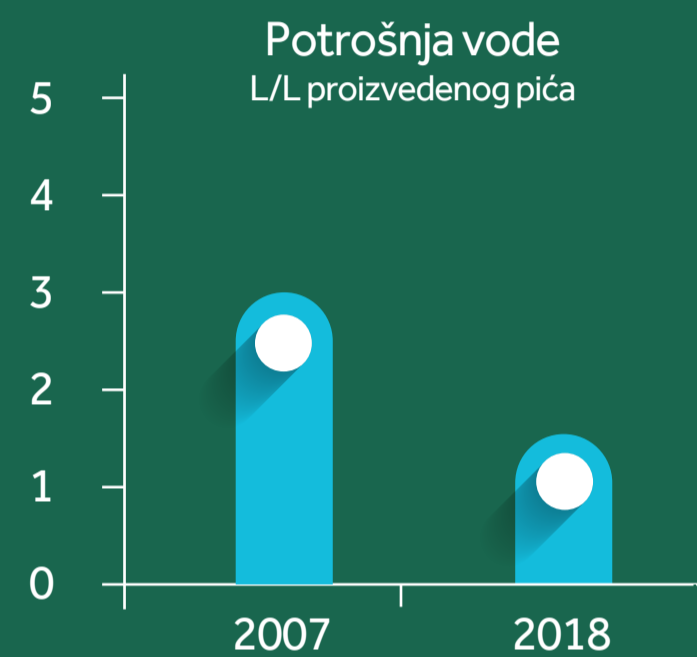
Navedeni parametri čine sastavni deo godišnjeg poslovnog planiranja. U okviru toga, krajem svake godine, planira se potrošnja vode i energije, odnosno proizvodnja i reciklaža otpada u sledećoj godini i postavljaju se ciljevi na godišnjem i kvartalnom nivou. Svojim naporima za postizanje lokalnih ciljeva u smanjenju potrošnje energije, vode, količine generisanog otpada i povećanja procenta recikliranog otpada, Coca-Cola HBC Srbija doprinosi ostvarivanju dugoročnih ciljeva postavljenih na nivou Grupe.

Dostizanje ciljeva se prati na nedeljnom, mesečnom i godišnjem nivou i o njima se izveštava top menadžment, kao i Coca-Cola HBC Grupa. Važno je istaći da su u planiranje i računanje ekoloških parametara uključeni svi procesi u punionicama – administracija, proizvodnja i skladištenje. Proces praćenja ekoloških parametara sprovodi se, takođe, i u našim distributivnim centrima.

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



	POTROŠNJA VODE				POTROŠNJA ENERGIJE				GENERISAN OTPAD				RECIKLIRAN OTPAD			
	L/L PROIZVEDENOG PIĆA				MJ/L PROIZVEDENOG PIĆA				g/L PROIZVEDENOG PIĆA				%			
	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh
2007	3.2226	2.4196	1.4704	12.1049	0.6131	0.5107	0.2166	2.021	12.335	12.2712	0.7628	31.2374	86.15%	90.26%	73.51%	74.39%
2018	1.5257	1.5793	1.3550	na	0.2964	0.3414	0.1530	na	3.7246	4.7681	0.4135	na	98.39%	98.40%	97.93%	na
2007vs2018	-53%	-35%	-8%	na	-52%	-33%	-29%	na	-70%	-61%	-46%	na	14%	9%	33%	na



UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA



Voda je, kao resurs, u srcu našeg poslovanja. Osim toga što čini osnovni sastojak naših proizvoda, voda je ključna i u našem procesu proizvodnje, i neophodna je za uzgajanje poljoprivrednih proizvoda koji ulaze u sastav naših napitaka. Svesni smo i njene neprocenjive vrednosti za zajednice u kojima poslujemo, kao jednog od najdragocenijih zajedničkih resursa. Zbog toga je upravljanje vodenim resursima od ključnog značaja i prioritet za našu kompaniju, i posvećeno radimo na očuvanju tog resursa svim aspektima svojih operacija.

Na nivou Coca-Cola HBC Grupe obavezali smo se da u periodu od 2010. do 2020. godine smanjimo potrošnju vode po litru proizvedenog pića za 30 procenata. U Coca-Cola HBC Srbija, zahvaljujući sprovedenim inicijativama, potrošnja vode po litru proizvedenog pića je u periodu od 2007. do 2018. godine smanjena za 53 procenta.

Postojanje dovoljnih količina pristupačne, ispravne vode dobrog kvaliteta jeste esencijalno za zdravlje ljudi i ekosistema. S obzirom na to da smanjenje količine vode u samim proizvodima nije moguće, fokusirani smo na povećanje efikasnosti potrošnje vode u našim procesima, smanjenjem upotrebe, recikliranjem i obnovom, uz stalno ulaganje u nove inovativne tehnologije. Pored direktnih uticaja sopstvenog poslovanja, posvećeni smo i praćenju širih indirektnih uticaja u vezi sa vodenim resursima – upotrebe vode u našem lancu dobavljača i zaštiti vodenih slivova.

Kada je reč o razumevanju rizika u vezi sa vodama, za svaku punionocu u okviru Coca-Cola HBC Grupe urađena je detaljna analiza izvora vode na osnovu koje su napravljeni planovi upravljanja vodama, kako bi se osigurala njihova održivost.



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

- voda koju koristimo u proizvodnji: štitimo izvore vode koji snabdevaju naša postrojenja, smanjujemo količinu vode koja se koristi u proizvodnji napitaka, i tretiramo 100 posto svojih otpadnih voda do nivoa koji podržava život u vodi
- radimo partnerski sa dobavljačima, kako bismo smanjili uticaj na vodene resurse u celom lancu vrednosti
- ulažemo u projekte očuvanja vode u zajednici, kako bismo inovativnim održivim tehnologijama obnovili vodu koju koristimo, a, takođe, i promovišemo svest o značaju odgovornog upravljanja vodenim resursima, kako našim zaposlenima, tako i eksternoj javnosti.



POSVEĆENOST GLOBALNIM INICIJATIVAMA

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

ZLATNI EWS SERTIFIKAT ZA NAŠE PUNIONICE

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

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

Rosa je nosilac Zlatnog EWS sertifikata od 2014. godine, dok je sertifikacija u beogradskoj punionici izvršena u novembru 2015. godine. U novembru 2018. godine u beogradskoj punionici i fabrici „Vlasinka“ održane su eksterne nadzorne provere, čiji su rezultati utvrdili potpunu usaglašenost sa više od 54 modula standarda, bez nalaza i preporuka za potrebnim daljim unapređenjima.



EFIKASNA UPOTREBA VODE

Tokom 2018. godine sproveden je niz akcija za smanjenje potrošnje vode i hemikalija u proizvodnom procesu, a najvažnije među njima su:

- korišćenje tretirane otpadne vode za navodnjavanje zelenih površina
- ponovno korišćenje vode sa NRGB (non-returnable glass bottle)
- CIP (clean-in-place) optimizacija
- korišćenje rashladnog potencijala izvorske vode za rashlađivanje postrojenja u letnjem periodu (Vlasinka)



Potrošnja vode – punionice	jedinica	BEOGRAD						FRESH**						VLASINKA					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Podzemna voda (utrošena)	1.000L	383.830,00	455.276,00	496.381,00	563.734,00	561.272,00	579.466,00	198.990,00	197.803,00	78.311,00	/	/	/	113.138,84	137.121,00	157.133,00	165.255,00	178.926,00	193.463,00
Voda iz gradskog vodovoda (utrošena)	1.000L	167.691,00	65.595,00	75.993,00	68.025,00	107.239,00	139.108,00	1.688,00	1.098,00	1.070,00	/	/	/				0	0	0
Total (utrošena)	1.000L	551.521,00	520.871,00	572.311,00	631.759,00	668.511,00	718.574,00	200.678,00	198.901,00	79.381,00	/	/	/	113.138,84	137.121,00	157.133,00	165.255,00	178.926,00	193.463,00
Ukupno crpljena voda***	1.000L													339.430,00	365.974,00	636.600,00	536.093,00	497.791,00	573.161,00

*Usled zatvaranja distributivnih centara u Novom Sadu, Čačku i Nišu, više neće biti objavljivani podaci o potrošnji vode u tim objektima.

**Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

***Ukupno crpljena voda odnosi se na izvorsku vodu u Vlasinki, odnosno na svu vodu koja je izašla iz izvora tokom 2013, 2014, 2015, 2016, 2017. i 2018. godine, i od koje je upotrebljena količina navedena u koloni iznad. Nijedan izvor vode koji koristimo nije pogođen crpljenjem vode naše kompanije.

Potrošnja vode – distributivni centri	jedinica	DC NOVI SAD				DC ČAČAK				DC NIŠ			
		2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
Podzemna voda (utrošena)	1.000L												
Voda iz gradskog vodovoda (utrošena)	1.000L	40,00	49,00	49,00	45,00	414,00	290,00	250,00	160,00	153,00	138,00	122,00	32,00
Total (utrošena)	1.000L	40,00	49,00	49,00	45,00	414,00	290,00	250,00	160,00	153,00	138,00	122,00	32,00
Ukupno crpljena voda***	1.000L												

* Distributivni centri u Novom Sadu, Čačku i Nišu su zatvoreni tokom 2017. godine.

Ukupna Potrošnja vode	jedinica	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Total	1.000L	865.994,84	857.370,00	809.246,00	797.251,00	847.437,00	912.037,00

Procenat i ukupna zapremina reciklirane i ponovo upotrebijene vode	jedinica	BEOGRAD				FRESH**				VLASINKA				TOTAL SRBIJA			
		2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
Ponovo upotrebijena voda	1.000L	35.037,00	36.513,00	33.330,00	43.890,00	2.517,00	/	/	/	0	1.700,00	10.822,00	1.739,00	37.554,00	38.213,00	44.152,00	45.629,00
Ponovo upotrebijena voda	%	6%	6%	5%	6%	3%	/	/	/	0%	0.01%	6.05%	1%	5%	5%	5%	5%

*Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

Naše punionice u Srbiji imaju sopstvena postrojenja za tretman otpadnih voda, kroz koji prolaze otpadne vode pre ispuštanja u prirodni recipijent. Kvalitet otpadnih voda redovno kontrolišu, interno i eksterno, akreditovane laboratorije. Parametri koji se prate, prema našoj zakonskoj regulativi i prema zahtevima TCCC standarda (The Coca Cola Company Core), jesu 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.

Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu*	jedinica	BEOGRAD						FRESH**						VLASINKA					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ukupna ispuštena voda	1.000L	246.701,00	217.818,00	237.595,00	274.028,00	289.380,00	308.564,00	151.896,71	151.079,00	58.272,00	/	/	/	25.016,65	37.361,00	55.265,00	58.590,00	50.349,00	38.670,00
Odredište		Dunav						Paličko jezero						Topolska reka					
COD nakon tretmana	Mg/l	50,00	65,00	34,00	32,00	10,00	38,00	39,40	31,00	38,00	/	/	/	2,20	18,00	27,00	30,00	30,00	20,00

Ukupna ispuštena voda – total Srbija (1000l)	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	423.614,363	406.248,00	351.132,00	332.618,00	339.729,00	347.234,00

*Metode obrade podataka: Fabrički WWT, podaci o količini ispuštene vode dobijeni merenjem, podaci o kvalitetu na osnovu analiza autorizovane laboratorije. Nivoi hemijske potrošnje kiseonika (COD) pokazuju kvalitet naših otpadnih voda i taj parametar je znatno niži nego 2003. godine.

**Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

***Indikator nije primenljiv za distributivne centre.

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

ZAŠTITA ENERGETSKIH RESURSA I KLIME

Goruća pitanja klimatskih promena i dostupnosti čistih izvora energije prepoznata su, kao visoki prioritet, od širokog kruga zainteresovanih strana i nalaze se među 17 ciljeva održivog razvoja, koje su Ujedinjene nacije usvojile u septembru 2015. godine.

U kompaniji Coca-Cola HBC analiziramo potencijalne rizike za svoje poslovanje koji mogu prosteći iz klimatskih promena, i proaktivno preuzimamo mere, kako bismo ih predupredili ili ublažili. Rizici koje prepoznajemo odnose se na dostupnost resursa (npr. vode, voća i šećera), povećanje cene energenata, zatim rizike za naše dobavljače, kupce i zajednice u kojima smo prisutni.

U želji i nameri da sami doprinosimo borbi protiv klimatskih promena, odlučni smo u smanjivanju štetnog uticaja svog poslovanja, pre svega održivim korišćenjem energije. Naš pristup podrazumeva unapređenje energetske efikasnosti, prelazak na čistije izvore energije i razvoj novih niskokarbonskih tehnologija. Kako bismo obuhvatili i indirektno

uticaje svog poslovanja, težimo i smanjenju emisija u lancu vrednosti, i učestvujemo u podizanju svesti o rizicima klimatskih promena. Inovacijama i investicijama, težimo da rizike klimatskih promena preokrenemo u nove mogućnosti za održivi razvoj poslovanja.

PROJEKAT ZA SMANJENJE KARBONSKOG OTISKA

Coca-Cola HBC Grupa uključena je u Projekat za smanjenje karbonskog otiska (Carbon Disclosure Project), koji kompanijama obezbeđuje jedini globalni sistem za merenje, saopštavanje, upravljanje i deljenje ključnih ekoloških infor-

macija, čime ih podstiče da objavljuju podatke o svom uticaju na životnu sredinu i rade na njegovom smanjenju.

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

MATERIJALI

Svi materijali upotrebljeni u proizvodnji jesu direktni, odnosno prisutni u finalnom proizvodu.

Upotrebljeni reciklirani materijali*				
2014	2015	2016	2017	2018
6,46%	8,15%	7,92%	8,65%	8,77%

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

Upotrebljeni materijali 2013.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Šećer	kg	13.023.000,00	3.576.000,00	0,00	16.599.000,00
Ostali zaslađivači	kg	30.418.710,00 Fruktoza	9,36 Stevia	0,00	30.418.719,36
Koncentrati, kaše	kg	1.852.185,19	4.956.076,14	0,100	6.808.261,33
CO2	kg	3.888.360,00 100% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	3.888.360,00
PET granulat	kg	4.882.400,00	0,00	0,00	4.882.400,00
PET pretforme	kg	2.681.385,79	872.927,68	1.751.325,00	5.305.638,47
Staklo (boce)	kg	1.263.202,50 18% iz recikliranog izvora	2.961.455,22 20% iz recikliranog izvora	2.564.733,00	6.789.390,72
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	1.053.748,08 50% iz recikliranog izvora	0,00	16.597,00	1.070.345,08
Čelik (zatvarači)	kg	166.941,82	86.507,54 45% iz recikliranog izvora	0,00	253.449,36
Tetrapak	kg	0,00	832.446,09	0,00	832.446,09
Plastični zatvarači	kg	569.318,35	189.179,88	127.541,00	886.039,23
b-PET materijal sadrži 30% granulata biljnog porekla (PET boce)	kg	0,00	0,00	1.337.980,00	1.337.980,00
Plastične etikete	kg	121.951,76	22.390,62	37.764,00	182.106,38
Papirne etikete	kg	33.517,14	10.970,14	7.897,00	52.384,28
PE termo i streč folija	kg	1.163.281,68	146.427,40	250.013,00	1.559.722,08
Karton	kg	838.435,46	507.558,67	239.755,00	1.585.749,13
Drvo (palete)	kg	1.617.280,00	0,00	138.160,00	1.755.440,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	63.573.717,77	14.161.948,74	6.471.765,00	84.207.432

Upotrebljeni materijali 2014.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Šećer	kg	12.312.000,00	2.976.000,00	0,00	15.288.000,00
Ostali zaslađivači	kg	30.817.520,00	804,86 Stevia	0,00	30.818.324,86
Koncentrati, kaše	kg	2.243.410,13	4.189.652,48	0,00	6.433.062,61
CO2	kg	3.936.849,00 100% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	3.936.849,00
PET granulat	kg	4.478.050,00	0,00	0,00	4.478.050,00
PET pretforme	kg	2.622.160,39	909.206,67	1.833.210,00	5.364.577,06
Staklo (boce)	kg	633.893,00 18% iz recikliranog izvora	2.772.472,76 20% iz recikliranog izvora	2.505.042,00	5.911.407,76
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	880.898,51 65% iz recikliranog izvora	0,00	16.975,00	897.873,51
Čelik (zatvarači)	kg	164.730,99	78.898,88 45% iz recikliranog izvora	0,00	243.629,87
Tetrapak	kg	0,00	693.928,42	0,00	693.928,42
Plastični zatvarači	kg	554.537,45	182.148,36	130.263,00	866.948,81
b-PET materijal sadrži 30% granulata biljnog porekla (PET boce)	kg	0,00	0,00	458.861,00	458.861,00
Plastične etikete	kg	122.725,54	22.394,10	32.501,00	177.620,64
Papirne etikete	kg	25.973,70	10.677,39	5.221,00	41.872,09
PE termo i streč folija	kg	1.129.269,45	141.902,60	242.662,00	1.513.834,05
Karton	kg	775.417,12	461.077,92	266.650,00	1.503.145,04
Drvo (palete)	kg	1.490.854,00	0,00	540.914,00	2.031.768,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	62.188.289,28	12.439.164,45	6.032.299,00	80.659.752,73

*Kompanija nema kategorizaciju materijala prema kategorijama obnovljivi/neobnovljivi, na grupnom, niti na lokalnom nivou.

**Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

Upotrebljeni materijali 2015.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Šećer	kg	15.075.603,00	864.120,00	0,00	15.939.723,00
Ostali zaslađivači	kg	33.201.040,00 Fruktoza	0,00	0,00	33.201.040,00
Koncentrati, kaše	kg	3.964.787,47	1.771.558,87	0,00	5.736.346,34
CO2	kg	4.167.440,00 100% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	4.167.440,00
Azot	kg	18.060,00	29.250,00	0,00	47.310,00
PET granulat	kg	4.715.000,00	0,00	0,00	4.715.000,00
PET pretforme	kg	1.815.376,17	98.603,52	2.263.971,44	4.177.951,13
Staklo (boce)	kg	1.060.838,40 20% iz recikliranog izvora	2.504.014,22 28% iz recikliranog izvora	3.330.332,00 28% iz recikliranog izvora	6.895.184,62
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	1.083.467,59 65% iz recikliranog izvora	0,00	21.885,82	1.105.353,41
Čelik (zatvarači)	kg	174.037,18 3% iz recikliranog izvora	73.985,38	0,00	248.022,56
Tetrapak	kg	457.105,49	347.686,11	0,00	804.791,60
Plastični zatvarači	kg	608.983,58	35.999,64	166.615,10	811.598,32
b-PET materijal sadrži 30% granulata biljnog porekla (PET boce)	kg	0,00	0,00	565.992,90	565.992,90
Plastične etikete	kg	133.352,19	2.364,29	50.591,10	186.307,58
Papirne etikete	kg	37.359,31	8.322,94	7.300,60	52.982,85
PE termo i streč folija	kg	1.076.820,84	31.059,70	306.820,00	1.414.700,54
Karton	kg	1.005.964,32	207.998,57	352.903,00	1.566.865,89
Drvo (palete)	kg	592.192,00	0,00	210.151,00	802.343,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	69.187.427,54	5.974.963,24	7.276.562,96	82.438.953,74

Upotrebljeni materijali 2016.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Šećer	kg	15.504.000,00	0,00	0,00	15.504.000,00
Ostali zaslađivači	kg	36.035.960,00 Fruktoza	0,00	0,00	36.035.960,00
Koncentrati, kaše	kg	6.189.786,00	0,00	0,00	6.189.786,00
CO2	kg	4.389.340,00 100% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	4.389.340,00
Azot	kg	36.120,00	0,00	0,00	36.120,00
PET granulat	kg	4.232.341,00	0,00	0,00	4.232.341,00
PET pretforme	kg	3.672.585,00	0,00	2.422.121,00	6.094.706,00
Staklo (boce)	kg	4.666.002,00 22,9% iz recikliranog izvora	0,00	3.526.943,00 26% iz recikliranog izvora	8.192.945,00
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	1.101.540,00 65% iz recikliranog izvora	0,00	25.367,00	1.126.907,00
Čelik (zatvarači)	kg	252.487,00 30,59% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	252.487,00
Tetrapak	kg	1.032.440,00	0,00	0,00	1.032.440,00
Plastični zatvarači	kg	708.954,00	0,00	189.160,00	898.114,00
b-PET materijal sadrži 30% granulata biljnog porekla (PET boce)	kg	0,00	0,00	2.262.000,00	2.262.000,00
Plastične etikete	kg	139.964,00	0,00	59.707,00	199.671,00
Papirne etikete	kg	63.861,00	0,00	4.653,00	68.514,00
PE termo i streč folija	kg	1.302.104,00	0,00	277.252,00	1.579.356,00
Karton	kg	1.357.839,00	0,00	371.226,00	1.729.065,00
Drvo (palete)	kg	540.000,00	0,00	185.494,00	725.494,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	81.225.323,00	0,00	9.323.923,00	90.549.246,00

*Kompanija nema kategorizaciju materijala prema kategorijama obnovljivi/heobnovljivi, na grupnom, niti na lokalnom nivou.

**Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

Upotrebljeni materijali 2017.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Šećer	kg	10.296.000,00	0,00	0,00	10,296,000.00
Ostali zaslađivači	kg	36.909.160,00 Fruktoza	0,00	0,00	36,909,160.00
Koncentrati, kaše	kg	6.689.992,00	0,00	0,00	6,689,992.00
CO2	kg	4.395.142,00 100% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	4,395,142.00
Azot	kg	33.980,00	0,00	0,00	33,980.00
PET granulati	kg	9.504.000,00	0,00	0,00	9,504,000.00
PET pretforme	kg	0,00	0,00	0,00	0.00
Staklo (boce)	kg	5.114.536,00 22,9% iz recikliranog izvora	0,00	4.091.369,00 26% iz recikliranog izvora	9,205,905.00
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	1.272.572,00 65% iz recikliranog izvora	0,00	27.415,00	1,299,987,00
Čelik (zatvarači)	kg	275.454,00 30,59% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	275,454,00
Tetrapak	kg	915.978,00	0,00	0,00	915,978,00
Plastični zatvarači	kg	741.762,00	0,00	204.493,00	946,255,00
b-PET materijal sadrži 30% granulata biljnog porekla (PET boce)	kg	0,00	0,00	2.200.000,00	2,200,000,00
Plastične etikete	kg	138.418,00	0,00	65.130,00	203,548,00
Papirne etikete	kg	44.796,00	0,00	0,00	44,796,00
PE termo i streč folija	kg	1.673.883,00	0,00	376.395,00	2,050,278,00
Karton	kg	1.548.235,00	0,00	416.039,00	1,964,274,00
Drvo (palete)	kg	686.869,00	0,00	208.822,00	895,691,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	80.240.777,00	0,00	6.964.802,00	87.205.579,00

*Kompanija nema kategorizaciju materijala prema kategorijama obnovljivi/neobnovljivi, na grupnom, niti na lokalnom nivou.

**Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

Upotrebljeni materijali 2018.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Šećer	kg	17.634.000,00	0,00	0,00	17,634,000,00
Ostali zaslađivači	kg	38.768.620,00 Fruktoza	0,00	0,00	38,768,620,00
Koncentrati, kaše	kg	7.179.164,00	0,00	0,00	7,179,164,00
CO2	kg	4.960.328,00 100% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	4,960,328,00
Azot	kg	30.000,00	0,00	0,00	30,000,00
PET granulati	kg	10.419.200,00	0,00	0,00	10,419,200,00
PET pretforme	kg	0,00	0,00	0,00	0.00
Staklo (boce)	kg	6.481.164,91 29% iz recikliranog izvora	0,00	4.379.173,00 26% iz recikliranog izvora	10,860,337,91
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	1.388.564,64 65% iz recikliranog izvora	0,00	25.636,00	1,414,200,64
Čelik (zatvarači)	kg	332.072,46 30,59% iz recikliranog izvora	0,00	0,00	332,072,46
Tetrapak	kg	1.058.433,60	0,00	0,00	1,058,433,60
Plastični zatvarači	kg	786.885,98	0,00	231.383,00	1,018,268,98
b-PET materijal sadrži 30% granulata biljnog porekla (PET boce)	kg	0,00	0,00	2.711.000,00	2,711,000,00
Plastične etikete	kg	152.009,27	0,00	75.316,00	227,370,27
Papirne etikete	kg	60.105,42	0,00	0,00	60,105,42
PE termo i streč folija	kg	1.520.819,00	0,00	442.345,00	1,963,164,00
Karton	kg	1.521.712,59	0,00	450.262,00	1,971,974,59
Drvo (palete)	kg	1.533.737,00	0,00	0,00	1,533,737,00
Ukupno upotrebljeni materijali	kg	93.826.816,00	0,00	8.577.160,00	102.403.976,88

*Kompanija nema kategorizaciju materijala prema kategorijama obnovljivi/neobnovljivi, na grupnom, niti na lokalnom nivou.

**Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

ENERGIJA

Najveća količina energije u poslovanju Coca-Cola HBC crpi se u sledećim segmentima poslovanja: punionicama, voznom parku i rashladnoj opremi. Ključne akcije sprovedene u 2018. godini za smanjenje potrošnje energije u proizvodnom procesu jesu:

- Redovni godišnji pregled cevovoda, struje i izolacije
- Instalacija ekonomajzera na kotlovima
- Instalacija solarnih kupola u jednom delu magacina i na YE* liniji
- Instalacija novog čilera sa koeficijentom korisnosti većim od tri.

*linija za punjenje nepovratnih staklenih bocica (RGB)

UPRAVLJANJE INDIREKTNIM UTICAJIMA

U prodaji svojih proizvoda, Coca-Cola HBC Srbija koristi rashladne uređaje i automate kao važne resurse preko kojih distribuira svoje proizvode, a koji se nalaze u prostorijama naših kupaca. Budući da rashladni uređaji i pakovanje proizvoda čine dve trećine naših indirektnih uticaja, stoga predstavljaju važne aspekte naše strategije.

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

Osim toga, radimo na eliminisanju hidro-fluoro-karbonatnih (HFC) jedinjenja, kao i gasova sa efektom staklene bašte koji su u širokoj upotrebi u rashladnim uređajima u domaćinstvima i poslovnim objektima.

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

Ukupna potrošnja energije u Coca-Cola HBC Srbija po litru proizvedenog pića u periodu od 2007. do 2018. godine smanjena je za 52 procenta.

Direktna potrošnja energije 2013.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	FLEET	TOTAL SRBIJA
Električna energija	MWh	21.425,71	1.412,33	4.371,87	83,20	99,02	105,11		27.497,24
Lož ulje (light fuel oil)	L	9.130,00							9.130,00
Prirodni gas	m ³	1.347.987,00	1.374.651,00						2.722.638,00
LPG	L	23.633,55	74.621,57		31.410,00	20.250,00	11.832,00	961.909,00	1.123.656,12
Benzin	L	40,00		113,00				336.531,00	336.684,00
Dizel	L	150,00	1.120,00					236.100,00	237.370,00
Ukupna energija	GJ	124.428,10	54.511,38	15.742,67	1.100,48	872,85	680,10	45.226,59	242.562,17

*Kompanija ne koristi obnovljive izvore energije, osim 25 procenata obnovljive energije iz hidroelektrana od ukupne količine struje koju kupuje (prema podacima Elektroprivrede Srbije).

Direktna potrošnja energije 2014.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	FLEET	TOTAL SRBIJA
Električna energija	MWh	19.955,62	6.071,74	4.573,80	52,52	100,04	73,01		30/826,76
Lož ulje (light fuel oil)	L	7.450,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		7.450,00
Prirodni gas	m ³	1.098.443,69	1.312.259,49	0,00	0,00	0,00	0,00		2.410.703,18
LPG	L	9.826,00	35.110,00	0,00	34.346,00	22.054,00	13.889,00	1.159,152	1.274.377,00
Benzin	L	96,00	0,00	2.077,31	0,00	0,00	0,00	183.846	186.019,31
Dizel	L	51,70	0,00	249,71	0,00	0,00	0,00	239.699	240.000,41
Ukupna energija	GJ	109.006,92	69.083,57	16.548,57	1.064,91	922,52	616,99	45.341	242.584,40

*Kompanija ne koristi obnovljive izvore energije, osim 25 procenata obnovljive energije iz hidroelektrana od ukupne količine struje koju kupuje (prema podacima Elektroprivrede Srbije).

Direktna potrošnja energije 2015.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	TOTAL SRBIJA
Električna energija	MWh	21.850,37	2.156,74	4.831,61	47,59	102,00	82,39	29.070,70
Lož ulje (light fuel oil)	L	10.497,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.497,00
Prirodni gas	m ³	1.325.562,00	420.881,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.746.443,00
LPG	L	10.700,00	14.160,00	0,00	33.282,00	21.942,00	14.454,00	94.538,00
Benzin	L	99,59	0,00	573,49	0,00	0,00	0,00	673,08
Dizel	L	40,04	0,00	592,76	0,00	0,00	0,00	632,80
Ukupna energija	GJ	123.540,67	23.219,93	17.436,98	1.020,00	926,72	665,19	166.809,48

Direktna potrošnja energije 2016.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	TOTAL SRBIJA
Električna energija	MWh	23.407,82	0,00	5.294,00	47,02	56,32	30,05	28.835,21
Lož ulje (light fuel oil)	L	16.121,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16.121,00
Prirodni gas	m ³	1.659.665,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.659.665,00
LPG	L	12.700,00	0,00	0,00	34.417,00	12.654,00	2.945,00	62.716,00
Benzin	L	60,01	0,00	450,40	0,00	0,00	0,00	510,41
Dizel	L	35,35	0,00	404,58	0,00	0,00	0,00	439,93
Ukupna energija	GJ	143.266,67	0,00	19.088,32	1.046,89	525,43	183,26	164.110,57

*Kompanija ne koristi obnovljive izvore energije, osim 25 procenata obnovljive energije iz hidroelektrana od ukupne količine struje koju kupuje (prema podacima Elektroprivrede Srbije).

**Distributivni centri u Novom Sadu, Čačku i Nišu su zatvoreni tokom 2017. godine.

Potrošnja energije van kompanije*	jedinica	2015. (Fleet)	2016. (FLEET)	2017. (FLEET)	2018. (FLEET)
LPG	L	1.030.194,00	1.046.929,00	963.836,00	966.941,00
Benzin	L	179.284,00	146.832,00	162.454,00	230.420,00
Dizel	L	253.162,00	112.748,00	107.353,00	216.804,00
Ukupna energija	GJ	42.418,21	36.232,98	34.450,48	41.177,04

*Zbog razlika između G3.1 i G4 verzije GRI smernica, potrošnja energije u voznom parku od 2015. godine ne ulazi u ukupnu količinu energije potrošene u okviru kompanije.

Direktna potrošnja energije 2017.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	TOTAL SRBIJA
Električna energija	MWh	24.632,91	0,00	5.712,26	/	/	/	30.345,17
Lož ulje (light fuel oil)	L	21.993,00	0,00	0,00	/	/	/	21.993,00
Prirodni gas	m ³	1.672.360,78	0,00	0,00	/	/	/	1.672.360,78
LPG	L	19.988,00	0,00	0,00	/	/	/	19.988,00
Benzin	L	120,08	0,00	736,27	/	/	/	856,35
Dizel	L	100,01	0,00	520,90	/	/	/	620,91
Ukupna energija	GJ	145.807,76	0,00	20.610,21	/	/	/	166.417,97

Direktna potrošnja energije 2018.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	TOTAL SRBIJA
Električna energija	MWh	26.928,97	0,00	6.055,18	/	/	/	32.984,15
Lož ulje (light fuel oil)	L	26.860,00	0,00	0,00	/	/	/	26.860,00
Prirodni gas	m ³	1.719.498,87	0,00	0,00	/	/	/	1.719.498,87
LPG	L	0,00	0,00	0,00	/	/	/	0,00
Benzin	L	195,00	0,00	589,95	/	/	/	784,95
Dizel	L	536,98	0,00	714,03	/	/	/	1.251,01
Ukupna energija	GJ	155.344,84	0,00	21.847,14	/	/	/	177.191,983

EMISIJE

Ciljevima održivosti do 2020. godine Coca-Cola HBC Grupa obavezala se na smanjenje intenziteta direktnih karbonskih emisija za 50 procenata, kao i na smanjenje karbonskih emisija u lancu vrednosti za 25 procenata. Programom za sprečavanje zagađenja atmosfere i emisije gasova definisane su redovne akcije i plan monitoringa emisija. Akreditovane laboratorije redovno prate emisije gasova iz kotlarnica, redovno se kontrolišu instalacije za ugljen-dioksid i linija za prirodni gas. U opremi i rashladnim postrojenjima punionica koriste se ekološki podobni rashladni mediji (freoni). Uređaje koji koriste freone (frižideri, POM aparati, klime, hladnjače, husky mašina) servisiraju ovlašćeni serviseri, a redovno se prate i količine freona u instalacijama, dok se otpisana oprema kontrolisano uništava. Prilikom nabavke nove rashladne opreme vodi se računa o energetske efikasnosti novih uređaja, kao i o vrsti rashladnog medijuma koji oprema koristi. Coca-Cola HBC Srbija nema emisije gasova koji oštećuju ozonski omotač, a kada je reč o drugim značajnim emisijama u vazduh, one se generišu samo iz fabrike u Zemunu, dok „Vlasinka“ ne koristi druge vrste energije osim električne i nema emisije. Tokom 2018. godine, intenzitet emisija iz direktnog poslovanja (scope 1,2) iznosio je 51,68 grama po litru proizvedenog pića, dok je intenzitet emisija iz direktnog i indirektnog poslovanja (scope 1,2,3), iznosio 384,48 grama po litru proizvedenog pića.

CO2 EMISSIONS FROM PLANTS			CO2 FROM ENERGY USE														
Plant name	Total Production Volume	Electricity from Suppliers	Electricity from Suppliers - Renewable Quantity	Country GHG factor 2016	LB CO2 emissions from purchased electricity from the Grid	On-site electricity generation - Non-Renewable Quantity	CO2 Factor	CO2 A47:AJ52 from On-site electricity generation	Scope 2 Total CO2 Emissions LB - using Country GHG Factor	Grid Factor from electricity supplier	FACTOR Used in MB emissions calculation	MB CO2 emissions from purchased electricity from the Grid	Scope 2 Total CO2 Emissions MB - using Country GHG Factor	Electricity from CHP	Calculated CO2 Factor	Scope 2 CO2 Emissions	Light Fuel Oil
	000's Ltrs	kWh	kWh	gCO2/kWh	tons	kWh	gCO2/kWh	tons	tons	gCO2/kWh		tons	tons	kWh	gCO2/kWh	tons	GJ
Beograd	455,002	26,928,967	0	729	19,631	0	0	0	19,631		Country GHG Factor	19,631	19,631	0		0	1,067
Rosa	142,775	6,055,179	0	729	4,414	0	0	0	4,414		Country GHG Factor	4,414	4,414	0		0	28

CO2 FROM ENERGY USE																	
CO2e factor	CO2 Emissions	Unleaded Gasoline	CO2e factor	CO2 Emissions	Heavy Fuel Oil	CO2e factor	CO2 Emissions	Propane or LPG	CO2e factor	CO2 Emissions	BioLPG	CO2e factor	CO2 Emissions	Natural gas	CO2e factor	CO2 Emissions	Scope1- Total Fossil Fuels
kg CO2/GJ	tons	GJ	kg CO2/GJ	tons	GJ	kg CO2/GJ	tons	GJ	kg CO2/GJ	tons	kWh	g CO2/kWh	tons	GJ	kg CO2/GJ	tons	tons
70.63	75	7	66.066	0	0	73.77	0	0	56.84	0	0	0.00	0	57,325	50.54	2,897	2,973
70.63	2	21	66.066	1	0	73.77	0	0	56.84	0	0	0.00	0	0	50.54	0	3

CO2 FROM RAW MATERIALS						CO2 LB EMISSIONS USING COUNTRY GHG FACTOR FOR ELECTRICITY FORM GRID							CO2 MB EMISSIONS USING COUNTRY GHG FACTOR FOR ELECTRICITY FORM GRID				
Scope 1 Losses of CO2 (from product filling)	Scope 3 CO2 Emissions from primary packaging	Scope 3 CO2 Emissions from secondary packaging	Scope 3 CO2 Emissions from sugar	Scope 3 CO2 Emissions from Juice concentrates	Scope 3 CO2 in product	Total MB CO2 emissions per plant	CO2 Ratio	Scope1 Fossil Fuels+ Losses of CO2	Scope2 LB Electricity and supplied Thermal Energy	Scope 1+2	Scope 3	Scope 1+2+3	Scope2 MB Electricity and supplied Thermal Energy	Scope 1+2	Scope 1+2+3		
tons	tons	tons	tons	tons	tons	tons	g CO2/lpb	tons	tons	tons	tons	tons	tons	tons	tons		
1,539	45,850	4,790	47,413	9,461	3,421	24,143	53.06	4,512	19,631	24,143	110,935	135,078	19,631	24,143	135,078		
0	8,911	1,399	0	0	0	4,418	30.94	3	4,414	4,418	10,311	14,728	4,414	4,418	14,728		

FY 2018	Total Scope 1+2	CO2 Ratio	Total Scope 1+2+3	Direct and indirect Emissions CO2 Ratio
	tons	g/lpb	tons	g/lpb
Serbia&Montenegro	31,388.4	52.5	257,266.8	430.4
Serbia	30,892.8	51.68	230,430.4	385.48
Kosovo	313.8		22,192.2	
Montenegro	181.7		4,644.2	

2018																	
		Scope 1						Scope 2				Scope 3					
Business Unit	Country	Total Production Volume	CO2 from bottling plants (fossil fuels)	CO2 from transport Owned fleet (fossil fuels)	Coolants in CDE	Losses of CO2 (product)	CO2 from Remote Properties fuel consumption	CO2 from Supplied Electricity	CO2 emissions from supplied steam, hot water, cooling	MB - CO2 from electricity consumption in Remote Properties	CO2 in product (not recycled source)	CO2 emissions from CDE electricity consumption	Total CO2 emissions third party fleet (fuels)	CO2 emissions from primary packaging	CO2 emissions from secondary packaging	CO2 emissions from Juice Concentrates	CO2 from sugar & sweeteners
Serbia&Montenegro	Serbia&Montenegro	597,777	2,976	2,335	330	1,539	41	24,045	0	122	3,421	96,672	7,961	54,761	6,189	9,461	47,413
Serbia&Montenegro	Serbia	597,777	2,976	1,911	258	1,539	41	24,045	0	122	3,421	72,980	5,312	54,761	6,189	9,461	47,413
Serbia&Montenegro	Kosovo			261	53							20,417	1,462				
Serbia&Montenegro	Montenegro	0	0	162	19	0	0	0	0	0	0	3,275	1,187	0	0	0	0
TOTAL CCHBC		12,388,220	110,415	92,764	92,764	42,626	12,552	213,934	44,782	10,770	73,543	1,395,101	192,740	1,251,701	125,785	304,037	693,082

CCH Srbija:	Jedinica:	OPIS	
597,777	000 litara	ukupna proizvodnja	Scope1
2,976	tona	CO2 iz punionica	
1,911	tona	CO2 iz voznog parka	
258	tona	Coolants in CDE	
1,539	tona	karbonizacija proizvoda (gubici)	
41	tona	CO2 iz potrošnje goriva DC	Scope2
24,045	tona	CO2 iz kupljene el. energije	
122	tona	CO2 iz potrošnje el. energ.DC	Scope3
3,421	tona	CO2 u proizvodu	
72,980	tona	CO2 emissions from CDE electricity consumption	
5,312	tona	ukupna co2 emisija iz transporta treće strane	
54,761	tona	co2 iz primarnog pakovanja	
6,189	tona	co2 iz sekundarnog pakovanja	
9,461	tona	New! CO2 emissions from Juice Concentrates	
47,413	tona	co2 iz šećera i zaslađivača	
230,430.4			

NOx, SOx i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini	jedinica	BEOGRAD*						FRESH****						VLASINKA						TOTAL SRBIJA					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nox	Kg/god	828,3	821,5	1.732,77***	4.887,20***	2.902,09***	2.727,05	1.887,5	1.430	1.905,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.715,8	2.251,5	3.638,00	4.887	2.902,09	2.727,05
SOx	Kg/god	0,00	0,00	0,00	0,00	305,5	92,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	305,5	92,68	
CO	Kg/god			47,77	769,30	174,9	325,97				0,00	0,00	0,00				0,00	0,00	0,00			47,77	769,30	174,9	325,97

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

**Podaci o godišnjim količinama emisija su za 2015. dobijeni proračunom na osnovu procene srednje godišnje izmerene vrednosti emisije (u odnosu na podatke iz 2014), jer nije bilo merenja u 2015. godini.

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

****Proizvodnja je iz Subotice premeštena u Beograd u septembru 2015. kada je Fresh prestao sa radom.

NAŠ VOZNI PARK

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

Od 2008. godine počela je ugradnja uređaja za tečni naftni gas u vozila koja su u vlasništvu kompanije, a u sva nova vozila koja se nabavljaju odmah se ugrađuju uređaji za tečni naftni gas. Potrošnja goriva se prati i po svakom vozilu pojedinačno, kao i po zaposlenima kojima je dodeljen službeni automobil, a izveštaji tog praćenja se mesečno dostavljaju rukovodstvu kompanije.

U okviru izveštaja, prate se sledeći parametri: potrošnja goriva, pređena kilometraža, način upotrebe vozila preko mobileye uređaja koji je tokom 2018. godine bio postavljen u ukupno 488 vozila. Svako vozilo ima ugrađen i GPS, tako da se prati i prekoračenje brzine po vozaču. Mesečno šaljem podatke Coca-Cola HBC Grupi za prosečnu potrošnju goriva, pređenu kilometražu, gde se preračunava i emisija ugljen-dioksida. Ukupna prosečna potrošnja goriva na 100 kilometara u 2018. godini iznosila je nešto iznad osam (8,1) litara.

	Fleet 2013.		Fleet 2014.		Fleet 2015.		Fleet 2016.		Fleet 2017.		Fleet 2018.	
	Laka vozila	Kamioni	Laka vozila	Kamioni	Laka vozila	Kamioni	Laka vozila	Kamioni	Laka vozila	Kamioni	Laka vozila	Kamioni
Dizel Lit	103.624	132.476	94.411	132.980	116.043	137.119	112.748	-	107.353	-	216.804	-
Benzin Lit	336.531		210.755		179.284		146.832	-	162.454	-	230.420	-
LPG Lit	961.909		1.014.205		1.030.194		1.046.929	-	963.836	-	966.941	-
Ukupno	1.402.064	132.476	1.319.371	132.980	1.325.521	137.119	1.306.509	-	1.233.643	-	1.414.165	-

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2018.vs2012.
Ukupna prosečna potrošnja lit/100km	9,26	9,06	9,02	8,95	8,8	8,47	8,1	-12%
Ukupna potrošnja LPG u ukupnoj potrošnji goriva bez dizel vozila (%)	74	72	76	85	87,7	86,02	87,3	18%
Povećanje broja novih vozila na LPG (broj)	359	424	457	460	472	462	470,0	31%
Ukupne CO2 emisije Laka vozila + poslovna (g/km/vozilu)	172	169	161	157	154	148,6	136,1	-21%
Ukupne CO2 emisije Kamioni (g/km/kamionu)	661	547	535	554	0	0	0	

ODRŽIVA AMBALAŽA I RECIKLIRANJE



Održiva ambalaža jeste od ključnog značaja za našu kulturu održivosti i način razmišljanja. Smanjujemo uticaj svoje ambalaže na životnu sredinu poštujući sopstveni princip 3R: Reduce (smanjiti), Reuse (ponovo upotrebiti), Recycle (povratiti).

Opisanim pristupom ostvarenje znatan doprinos u pogledu upotrebe primarne ambalaže i našeg uticaja na životnu sredinu. Nastavljamo da identifikujemo i koristimo nove mogućnosti za optimizaciju ambalaže, inovacije, našu agendu održivosti, i na kraju, za smanjenje troškova.

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

Cilj kome težimo jeste zatvaranje kruga recikliranja, odnosno pretvaranja već korišćene ambalaže u novu. Kontinuirano radimo na razvoju pakovanja koja imaju manju težinu i smanjuju količinu otpada, kao i na povećanju sadržaja recikliranog i obnovljivog materijala u sastavu nove ambalaže. Posvećeni smo, takođe, i saradnji sa partnerima na uspostavljanju infrastrukture za recikliranje u Srbiji, kao i edukaciji i promociji recikliranja ambalaže kod potrošača.

PLANT BOCA

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

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

PROIZVODNI OTPAD

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

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

Najbitnije akcije koje se sprovode sa ciljem smanjenja ukupnog otpada, kao i smanjenja ambalažnog otpada na tržištu, koje istovremeno doprinose i smanjenju karbonskog otiska naše kompanije, jesu akcije olakšavanja i optimizacije ambalaže. Krajem 2014. godine sa paleta na kojima su upakovane proizvedene limenke uklonjena je streč folija, što je doprinelo daljoj optimizaciji utroška te streč folije, to jest projektu koji je 2013. godine započet u sve tri punionice. U okviru takozvanog B-can projekta, tokom 2015. godine izvršeno je olakšavanje limenki sa 10,117 grama na nešto više od devet i po grama (9,6), dok je CDL zatvarač u okviru sprovedenog test projekta takođe olakšan. U 2016. godini, u beogradskoj punionici izvršeno je olakšavanje PET ambalaže formata pola litra i dva litra (0,5 l i 2 l) za po dva grama, čime je ostvarena ušteda od 264 tone materijala.

Do sada je u okviru procesa olakšavanja ambalaže ostvarena ušteda od ukupno 51.628 tona materijala, dok se tokom 2019. godine planira nastavak tog procesa, uz povećanje udela recikliranih materijala u samoj ambalaži.



Ukupna težina otpada 2013.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	FLEET	TOTAL SRBIJA
Neopasan otpad**	t	1.699,08	480,87	36,35	17,61	6,28	5,02		2.245,21
Opasan otpad**	t	59,52	5,49	0,14	0,00	0,00	0,00		65,15
Ukupan otpad	t	1.758,60	486,36	36,49					2.310,36
Reciklirano	t	1.666,78	470,22	35,22	17,61	6,28	5,02		2.201,13
Odloženo na deponiju	t	91,82	16,14	1,27					109,23

*Za lokalitete Beograd i Fresh&Co iznosi su dobijeni merenjem, dok su za Vlasinku podaci dobijeni na osnovu procene. Za distributivne centre, iznosi sekundarnih sirovina dobijeni su merenjem kod reciklera kome se predaje otpad, ali ne postoje podaci o komunalnom otpadu za 2013. godinu.

**Tokom 2013. godine nije bilo značajnih izlivanja.

Ukupna težina otpada 2014.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	FLEET	TOTAL SRBIJA
Neopasan otpad**	t	1481,74	362,48	45,86	24,52	26,06	9,34		1950,00
Opasan otpad**	t	2,99	0,74	0,20	0,00	0,00	0,00		3,92
Ukupan otpad	t	1484,73	363,21	46,06	24,52	26,06	9,34		1953,93
Reciklirano	t	1431,10	349,27	44,78	19,42	10,01	5,14		1859,72
Odloženo na deponiju	t	53,63	13,95	1,28	5,10	16,05	4,20		94,21

*Za lokalitete Beograd i Fresh iznosi su dobijeni merenjem, dok su za Vlasinku podaci dobijeni na osnovu procene. Za distributivne centre, iznosi sekundarnih sirovina dobijeni su merenjem kod reciklera kome se predaje otpad.

**Tokom 2014. godine nije bilo značajnih izlivanja.

Ukupna težina otpada 2015.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	TOTAL SRBIJA
Neopasan otpad**	t	1750,44	133,16	52,51	30,42	27,96	11,61	2006,10
Opasan otpad**	t	171,38	0,00	0,41	0,00	0,00	0,00	171,79
Ukupan otpad	t	1921,82	133,16	52,92	30,42	27,96	11,61	2177,89
Reciklirano	t	1859,74	128,15	51,55	21,42	9,36	7,41	2077,63
Odloženo na deponiju	t	62,08	5,01	1,37	9,00	18,60	4,20	100,26

*Za lokalitete Beograd i Fresh iznosi su dobijeni merenjem, dok su za Vlasinku podaci dobijeni na osnovu procene. Za distributivne centre, iznosi sekundarnih sirovina dobijeni su merenjem kod reciklera kome se predaje otpad.

**Tokom 2015. godine nije bilo značajnih izlivanja.

Ukupna težina otpada 2016.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	TOTAL SRBIJA
Neopasan otpad**	t	2004,73	0,00	47,956	23,35	14,65	4,30	2094,99
Opasan otpad**	t	24,14	0,00	0,17	0,00	0,00	0,00	24,31
Ukupan otpad	t	2028,87	0,00	48,13	23,35	14,65	4,30	2119,30
Reciklirano	t	1982,37	0,00	46,87	15,15	3,85	3,25	2051,49
Odloženo na deponiju	t	46,50	0,00	1,26	8,20	10,80	1,05	67,81

*Za lokalitet Beograd iznosi su dobijeni merenjem, dok su za Vlasinku podaci dobijeni na osnovu procene. U Fresh-u nije bilo proizvodnje tokom 2016. godine. Za distributivne centre, iznosi sekundarnih sirovina dobijeni su merenjem kod reciklera kome se predaje otpad.

**Tokom 2016. godine nije bilo značajnih izlivanja.

Ukupna težina otpada 2017.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	TOTAL SRBIJA
Neopasan otpad**	t	2.119.434,70	0,00	56.725,00	/	/	/	2.176.159,70
Opasan otpad**	t	7.645,00	0,00	385,00	/	/	/	8.030,00
Ukupan otpad	t	2.127.079,70	0,00	57.110,00	/	/	/	2.184.189,70
Reciklirano	t	2.081.544,70	0,00	55.346,00	/	/	/	2.136.890,70
Odloženo na deponiju	t	37.890,00	0,00	1.379,00	/	/	/	39.269,00

*Za lokalitet Beograd iznosi su dobijeni merenjem, dok su za Vlasinku podaci dobijeni na osnovu procene. U Fresh-u nije bilo proizvodnje tokom 2017. godine. Za distributivne centre, iznosi sekundarnih sirovina dobijeni su merenjem kod reciklera kome se predaje otpad.

**Tokom 2017. godine nije bilo značajnih izlivanja.

***Distributivni centri u Novom Sadu, Čačku i Nišu su zatvoreni tokom 2017. godine.

Ukupna težina otpada 2018.*	jedinica	BEOGRAD	FRESH*	VLASINKA	DC NOVI SAD	DC ČAČAK	DC NIŠ	TOTAL SRBIJA
Neopasan otpad**	t	2.167,54	0,00	58,34	/	/	/	2.225,88
Opasan otpad**	t	1,94	0,00	0,30	/	/	/	2,24
Ukupan otpad	t	2.169,48	0,00	58,64	/	/	/	2.228,12
Reciklirano	t	2.132,86	0,00	57,42	/	/	/	2.190,28
Odloženo na deponiju	t	34,68	0,00	1,22	/	/	/	35,90

*Za lokalitet Beograd iznosi su dobijeni merenjem, dok su za Vlasinku podaci dobijeni na osnovu procene. U Fresh-u nije bilo proizvodnje tokom 2018. godine. Za distributivne centre, iznosi sekundarnih sirovina dobijeni su merenjem kod reciklera kome se predaje otpad.

**Tokom 2018. godine nije bilo značajnih izlivanja.

***Distributivni centri u Novom Sadu, Čačku i Nišu su zatvoreni tokom 2017. godine.

U želji da smanjimo štetan uticaj koji naša ambalaža ima na životnu sredinu nastojimo da povećamo sadržaj recikliranog materijala u njoj – procenat recikliranog materijala kod staklene ambalaže u „Vlasinki“ iznosi 26 posto, dok je u beogradskoj punionici tokom 2018. godine povećan na 29 posto, uz 65 procenata recikliranog aluminijuma u limenkama i 30,59 posto recikliranog čelika za zatvarače za boce. S obzirom na to da su recikliranje stakla i metala već dobro ustanovljeni, sada smo fokusirani na povećanje recikliranih materijala u PET bocama.

UPRAVLJANJE PROIZVODNIM OTPADOM

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

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

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

Vrsta materijala	Količina ponovno iskorišćenog i recikliranog ambalažnog otpada u Srbiji						Procenat ponovo iskorišćenog i recikliranog ambalažnog otpada u Srbiji					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Papir/karton	877,03t	1.172,79t	1.449,92t	150.879,57t	186.357,87t	1.967,16	42,40%	59,08%	75,30%	76,21%	93,20%	97,58%
Plastika	1.977,05t	2.901,25t	1.744,41t	227.853,19t	251.669,51t	3.157,44	16,98%	24,85%	14,13%	17,95%	20,10%	24,50%
Staklo	614,59t	639,73t	937,62t	126.291,93t	185.120,55t	1.970,94	14,08%	16,38%	21,69%	27,00%	31,20%	37,26%
Metal	351,63t	414,18t	345,57t	73.932,72t	45.724,70t	607,26	26,96%	33,05%	23,85%	43,46%	35,10%	43,61%
Drvo	49,00t	38,58t	172,74t	29.715,65t	25.674,92t	902,07	13,32%	9,85%	19,43%	17,60%	16,80%	21,01%
Ukupno	3.869,3t	5.166,52t	4.650,25t	608.673,05t	694.547,55t	8.604,86	/	/	/	/	/	/

*Coca-Cola Hellenic Srbija svakog meseca Sekopaku dostavlja proračunate količine ambalažnog otpada koje je plasirala na tržište u tom mesecu. Količine se računaju tako što se prodana količina množi sa težinama svakog pakovanja.

Procenti koji su navedeni kao recikliran ambalažni otpad dobijeni su od Sekopaka iz godišnjeg izveštaja o dostizanju nacionalnih ciljeva.

Navedeni procenti recikliranog ambalažnog otpada koje je Sekopak izvestio za 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, i 2018. godinu dati su po materijalima, u skladu sa ustanovljenim načinom izveštavanja.

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

Kompanija, takođe, ne vrši uvoz niti izvoz otpada, opasnog, kao i neopasnog.

ODGOVORNO SNABDEVANJE

Značajem koji pridajemo održivoj i odgovornoj nabavci nameravamo da postignemo odlične rezultate, a unapređenje održivosti nabavke predstavlja prioritet za našu kompaniju. Cilj Coca-Cola HBC Grupe jeste da dostignemo 100 odsto održiv sistem snabdevanja i smanjimo uticaj sistema snabdevanja do 2020. godine.

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

Za poljoprivredne proizvode koristimo standarde koje propisuju Rain Forest Alliance, Fair Trade, Bon Sucro, SAI platform i Forest Stewardship Council. Zahtevamo, takođe, od svih svojih dobavljača da poštuju etičke standarde, prakse za zapošljavanje, zaštitu životne sredine i zaštitu na radu, koje su utvrđene Coca-Cola HBC Vodećim principima za dobavljače. Poljoprivredni dobavljači moraju, takođe, da ispune i naše Vodeće principe održive poljoprivrede naše kompanije.

LIDERI U INDUSTRIJI

Coca-Cola HBC, tokom 2018. godine, svrstana je među najbolje tri globalne, kao i evropske lige u okviru industrije napitaka prema Dow Jones indeksu održivosti, nakon što je tokom prethodne četiri godine bila lider industrije.

Inicijative usmerene na stvaranje održive vrednosti snabdevanja, koje sprovodimo zajedno sa svojim partnerima u sistemu snabdevanja, jesu najvažnije za ostvarivanje naših dugoročnih ciljeva. Vodeći principi za dobavljače, koji obuhvataju usklađenost sa svim zakonima i propisima u oblasti životne sredine, u Srbiji čine sastavni deo svih ugovora sa dobavljačima. Prilikom potpisivanja ugovora, dobavljači su obavezni da potpišu i posebnu izjavu kojom se dodatno obavezuju da će poštovati Vodeće principe.

Apsolutno svi dobavljači koji saraduju sa kompanijom Coca-Cola HBC moraju biti sertifikovani u skladu sa ISO 9001, standardom kvaliteta, i sa ISO 14001, standardom upravljanja životnom sredinom. U nameri da osiguramo poslovanje po najvišim standardima kvaliteta, bezbednosti i održivosti, jednom godišnje evaluiramo saradnju sa dobavljačima, na osnovu posebne procedure (Supplier Evaluation & Authorization Procedure). Godišnja evaluacija podrazumeva i obaveznu proveru sertifikata za kvalitet i životnu sredinu.

ZAJEDNICA

- Razvoj zajednice i podrška u vanrednim situacijama
- Razvoj mladih
- Zaštita životne sredine i vodnih resursa



ZAJEDNICA

U želji da naše poslovanje asista bude održivo i uspješno, posvećeni smo saradnji sa lokalnom zajednicom, stalnim pružanjem odgovarajuće podrške i pokretanjem projekata koji na dugoročan način mogu uticati na dobrobit društva. Pored sistemskih projekata, nastojimo da i pojedinačnim aktivnostima, koje sprovodimo sa partnerima, poput novčanih i robnih donacija, volonterskog angažmana naših zaposlenih i sličnih, pokrenemo pozitivne promene u svom okruženju.

Odgovoran odnos prema korišćenju prirodnih resursa i zaštiti životne sredine koji neguje naša kompanija želimo da prenesemo i na čitavu zajednicu, te radimo na širenju svesti i edukaciji stanovništva o tome kako menjanjem navika mogu da učine nešto dobro za prirodu.

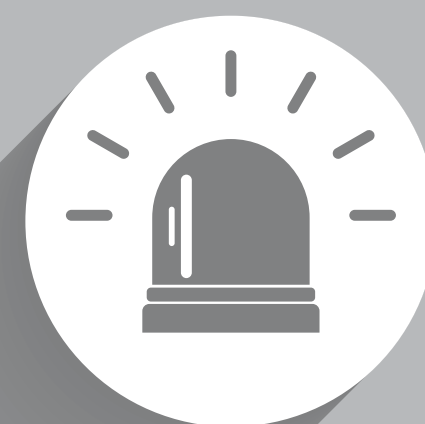
ŽELIMO DA:

- integrišemo društvenu odgovornost u sve aspekte poslovanja
- doprinesemo kvalitetu života lokalne zajednice podržavajući lokalni društveno-ekonomski razvoj
- transparentno doprinosimo razvoju javnih politika.

Sveobuhvatan pristup delovanju u zajednici formalizovan je i posebnim procedurama, poput „postupanja sa pozivom“ u vezi sa zahtevom za sponzorstvo/donaciju. Redovno konsultujemo svoje interne i eksterne stakeholdere o tome koje teme održivosti za njih imaju primarni značaj, te na osnovu njihovih stavova oblikujemo svoje ključne oblasti delovanja i aktivnosti koji ih prate.

Uložili smo gotovo 41.000.000 dinara i preko 850 volonterskih sati u razvoj lokalnih zajednica tokom 2018. godine. Saradujemo sa više od 200 partnera u zajednici.

Tokom godina, naša novčana ulaganja razvila su se od filantropskih inicijativa do dugoročnih strateških programa u okviru sledećih prioritetnih oblasti:



RAZVOJ ZAJEDNICE
I PODRŠKA U VANREDNIM
SITUACIJAMA



PODRŠKA
PROFESIONALNOM
RAZVOJU MADIH

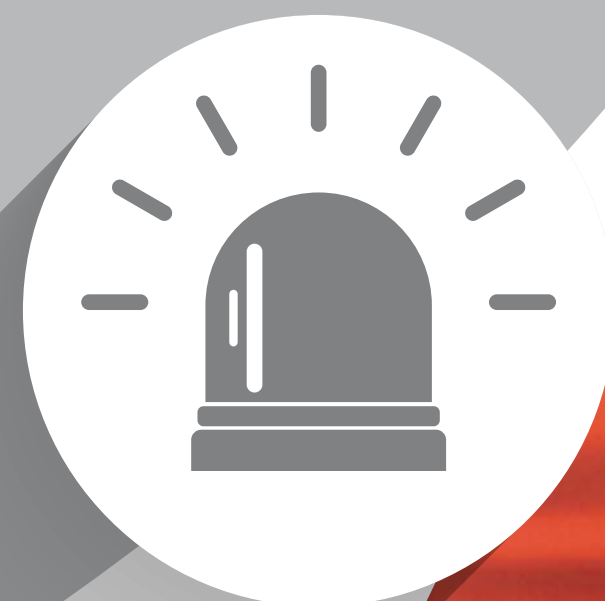


ZAŠTITA
ŽIVOTNE SREDINE
I VODNIH RESURSA



RAZVOJ ZAJEDNICE I PODRŠKA U VANREDNIM SITUACIJAMA

Naša kompanija čini deo istorije, tradicije i najvažnijih momenata u životima naših sugrađana u Srbiji već pola veka, te stalna podrška lokalnoj zajednici predstavlja ne samo našu obavezu, već i zadovoljstvo. Sprovodimo stoga inicijative koje će dugoročno poboljšati život ugroženih grupa, ali i čitave zajednice, i motivisati druge da nam se pridruže u toj važnoj misiji.



SARADNJA SA CRVENIM KRSTOM

Budući da smo dugogodišnji partner Crvenog krsta, nastojimo da zajedničkim snagama pomognemo ugroženim građanima u trenucima kada je to najpotrebnije. Posebno je to važno u vanrednim situacijama, kada smo, zahvaljujući raspoloživosti naše logistike i sistema isporuke, u mogućnosti da na brz i efikasan način pošaljemo pomoć pogođenim područjima, što je bilo od velike važnosti tokom poplava koje su pogodile region Balkana 2014. godine.



DONACIJA NARODNIM KUHINJAMA POVODOM POLA VEKA POSTOJANJA U SRBIJI

Veoma važan jubilej – 50 godina od proizvodnje prve Coca-Cola bočice u Srbiji, obeležen je doniranjem 50.000 evra narodnim kuhinjama Crvenog krsta, u saradnji sa Fondom B92. Donacija je namenjena nabavci opreme za spremanje hrane, što će omogućiti kvalitetniju pripremu obroka.

Crveni krst Srbije upravlja radom 76 narodnih kuhinja, simbolom najhumanije podrške pojedincima u kojima se dnevno pripremaju obroci za više od 34.000 socijalno ugroženih ljudi. Ukupan broj korisnika je u porastu, a više od 12.000 korisnika narodnih kuhinja čine deca.



VOLONTIRANJE

Inicijativa, nesebičnost i spremnost da se donese radost drugima, već više od 10 godine pokreću članove Coca-Cola kluba volontera, ali i ostale zaposlene u našoj kompaniji da volontiraju u zajednici. Zahvaljujući volonterskoj platformi, koju smo pokrenuli među prvima u Srbiji, oni su u mogućnosti da sami odaberu i organizuju svoje volonterske aktivnosti i da, na taj način, direktno reaguju na uočene probleme u lokalnoj zajednici. Jedan od ciljeva naše kompanije jeste taj da zajednici donira ekspertizu i vreme svojih zaposlenih, stoga podstiče praksu da zaposleni volonteri, u što većem broju, u radno vreme posvete bar jedan radni dan godišnje (osam sati) volonterskom radu.

Pored učešća u humanitarnim akcijama, tokom 2018. godine preko 157 volontera je svojim fizičkim radom pomoglo sedam organizacija civilnog društva, devet fakulteta i podělilo svoja znanja i veštine sa preko 2000 mladih ljudi u različitim programima za mlade.

Zalaganje i rezultate Coca-Cola kluba volontera prepoznaju i relevantni spoljni akteri, poput Foruma za odgovorno poslovanje i Smart kolektiva, koji iz godine u godinu dodeljuju našoj kompaniji Nagradu za korporativno volontiranje. Priznanje je osmišljeno i postoji sa ciljem da se nagrade i promovišu kompanije koje ulažu u lokalnu zajednicu, ličnim angažovanjem svojih zaposlenih, razvijajući konstruktivna partnerstva sa organizacijama i institucijama u lokalnoj zajednici.

Od početka lansiranja programa
volontiranja realizovano je ukupno
29 volonterskih aktivnosti i
pokrenuto ukupno 330 volontera.

29 VOLONTERSKIH
AKTIVNOSTI

330 VOLONTERA



NAŠ BEOGRAD

Coca-Cola klub volontera je i ove godine učestvovao u velikoj volonterskoj akciji „Naš Beograd“, u organizaciji Foruma za odgovorno poslovanje i Smart kolektiva. Naši volonteri imali su priliku da se druže sa korisnicima udruženja „Živimo zajedno“ i da im pomognu u uređenju njihovog dvorišta.

Volonterska akcija „Naš Beograd“ okupila je oko 400 volontera iz 11 kompanija, koji su na 12 lokacija u gradu uređivali dvorišta škola i vrtića, sakupljali otpad, krećili prostorije, oslikavali zidove, učestvovali u radionicama i tako doprineli poboljšanju kvaliteta života sugrađana iz socijalno ugroženih grupa i čitave zajednice.



NOVOGODIŠNJA VOLONTERSKA AKCIJA I BAZAR

Zaposleni u Coca-Cola sistemu su i ove godine učestvovali u tradicionalnoj volonterskoj akciji prikupljanja poklona za 450 dece i šticećenika iz 12 domova i ustanova širom Srbije i organizovanjem prvog Coca-Cola HBC Novogodišnjeg bazara na kreativan način ulepšali sebi i drugima praznike, praveći i kupujući od svojih kolega razne poslastice, ukrase i čestitke, a sav prihod od prodatih proizvoda otišao je u humanitarne svrhe.



RAZVOJ MLADIH



Odlučili smo da se u narednom periodu na još izrazitiji način posvetimo sistemskom osnaživanju mladih, koje vidimo kao glavne pokretače razvoja lokalne privrede, ali i zajednice uopšte. Zanimljivim i praktičnim programima, spremamo ih za izazovno tržište rada, pružajući im mogućnost da neprekidno razvijaju svoje sposobnosti i interesovanja, kako bi na najbolji način ostvarili svoje želje i snove na poslovnom planu.

COCA-COLA MLADIMA

S obzirom na to da smatramo da mladi jesu naša budućnost, želimo, kao kompanija, da usmerimo napore u njihov profesionalni i lični razvoj, sa ciljem da ih osnažimo i pomognemo im da brže dođu do posla. U skladu s tim, Coca-Cola HBC Srbija je tokom 2018. godine pokrenula platformu „Coca-Cola mladima“, namenjenu širokoj populaciji mladih – srednjoškolcima, studentima, apsolvencima, diplomcima i nezaposlenima.

PLATFORMA OBJEDINJUJE ČETIRI VEĆ POZNATA I USPEŠNA PROGRAMA:



Predstavljena je tom prilikom i donacija organizaciji „Jaki mladi“, koja funkcioniše u okviru fondacije SOS Dečja sela, podržavajući osamostaljivanje mladih bez roditeljskog staranja nakon njihove 18. godine. Sredstva u visini od 30.000 evra pružice mogućnost šticecima te organizacije da započnu svoj biznis.

Celokupna platforma Coca-Cola mladima biće fokus naše kompanije za ulaganja u zajednicu u narednim godinama. Pružanjem iskustva u učenju i profesionalnom usavršavanju nastavićemo da osnažujemo mlade obezbeđujući im što sigurniju budućnost.



COCA-COLA PODRŠKA MLADIMA

Coca-Cola podrška mladima jeste naš najveći projekat posvećen zajednici, koji se sprovodi već drugu godinu zaredom. Nastao je kao odgovor na poražavajuću statistiku da je stopa nezaposlenosti mladih u našoj, ali i u drugim evropskim zemljama veoma visoka.

Učestvujući u edukativnim radionicama i koristeći on-line platformu, do sada je 3200 mladih iz 28 gradova širom Srbije imalo priliku da stekne znanja koja će im olakšati potragu za poslom. Program je namenjen mladima od 18 do 30 godina koji ne studiraju, nisu zaposleni i ne učestvuju u programima obuke, a žive u nedovoljno razvijenim mestima u našoj zemlji.

Polaznici, uz pomoć sertifikovanih predavača i zaposlenih u kompaniji koji su u ulozi kofasilitatora, uče o profesionalnoj orijentaciji, uspešnoj komunikaciji, upravljanju projektima i vremenom, poslovnom i finansijskom planiranju, veštinama prodaje, poslovnoj administraciji, traženju posla i umrežavanju. Mladima koji učestvuju u on-lajn edukaciji namenjene su „Priče koje inspirišu“, kojima zaposleni na zanimljiv i neobičan način opisuju svoj profesionalni put i mladima daju vredne savete kako da se izbore sa preprekama na poslovnom, ali i na ličnom planu.

Tokom 2018. godine organizovano je 40 radionica i tri konferencije, na kojima je učestvovalo 200 mladih. Najviše smo ipak ponosni na činjenicu da je nakon završetka radionica 10 posto polaznika pronašlo posao.

Coca-Cola podrška mladima predstavlja projekat globalnog karaktera koji se sprovodi u 28 zemalja u kojima posluje naša Grupa. Projekat u Srbiji realizuje se u saradnji sa Ministarstvom za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna i pitanja, **NALED**-om i Nacionalnom službom za zapošljavanje.



COKE SUMMERSHIP

Coke Summership program nudi priliku mladim talentima da povećaju izgleda za otpočinjanje uspešne poslovne karijere i provedu uzbudljivo leto radeći sa zaposlenima u našoj kompaniji, usput stičući nova poznanstva i iskustva. U programu je do sada učestvovalo više od 180 polaznika, dok se 62 polaznika posle završene prakse zaposlilo u kompaniji.

Coke Summership traje šest nedelja i zamišljen je tako da studenti, na nedeljnom nivou, iskustvo stiču u četvorodnevnom radu na konkretnom projektu sa mentorom i da jedan dan prate predavanja koja su interaktivna. Veštine u upravljanju projektima, veštine prezentovanja, leaderske sposobnosti, poslovna komunikacija i efikasno upravljanje vremenom, predstavljaju samo neke od oblasti u kojima se polaznici Coke Summership programa dodatno usavršavaju. Kompanija tokom programa organizuje i jedinstvena predavanja u kojima su predavači top-menadžeri kompanije, ali i stručnjaci iz poslovnih organizacija sa kojima kompanija saraduje.

Tokom 2018. godine, 30 praktikanta je na osnovu sopstvenih projekata učilo o vrednostima naše kompanije i saznalo šta sve naša kompanija nudi mladima.

MOŽEŠ
?



Rise
Management
Trainee Program
PRIJAVI SE
risepr

Rise Management
Trainee Programme

RISE

Coca-Cola HBC RISE program osmišljen je tako da izazove mlade, talentovane ljude (studente završnih godina fakulteta, apsolvente, ili studente koji su nedavno završili fakultet), da razvijaju svoje potencijale u našoj kompaniji i postanu deo naredne generacije poslovnih lidera, ne samo u Srbiji, već i širom Coca-Cola HBC Grupe.

Program RISE u stvari predstavlja program zaposlenja sa punim radnim vremenom i traje dve godine. Uz podršku i mentorstvo vrhunskih stručnjaka, mladi imaju priliku da rade na pravim biznis projektima, kako bi kasnije uticali na poboljšanje rezultata kompanije. Sa razvojem programa menjaju se zadaci i nivoi odgovornosti – stvarajući dinamično i podsticajno okruženje za razvoj mladih.

Učesnici programa svoju karijeru mogu započeti u sektorima prodaje, proizvodnje, distribucije, marketinga ili finansijskom sektoru, a nakon uspešnog završetka programa imaju priliku da dođu na juniorske menadžerske pozicije u kompaniji. Program RISE nastao je menjanjem kurikuluma prethodnog programa, pod nazivom Career From

The Bottle, te je sada deo šireg, internacionalnog programa koji se odvija identično u svim zemljama Coca-Cola HBC Grupe.

ODRŽAN COKE CHALLENGE – TAKMIČENJE U REŠAVANJU STUDIJA SLUČAJA

Kompanija Coca-Cola HBC Srbija organizovala je Coke Challenge – takmičenje u rešavanju studija slučaja. U okviru takmičenja učestvovalo je više ekipa studenata sa Ekonomskog fakulteta u Beogradu i Novom Sadu i Fakulteta organizacionih nauka u Beogradu.

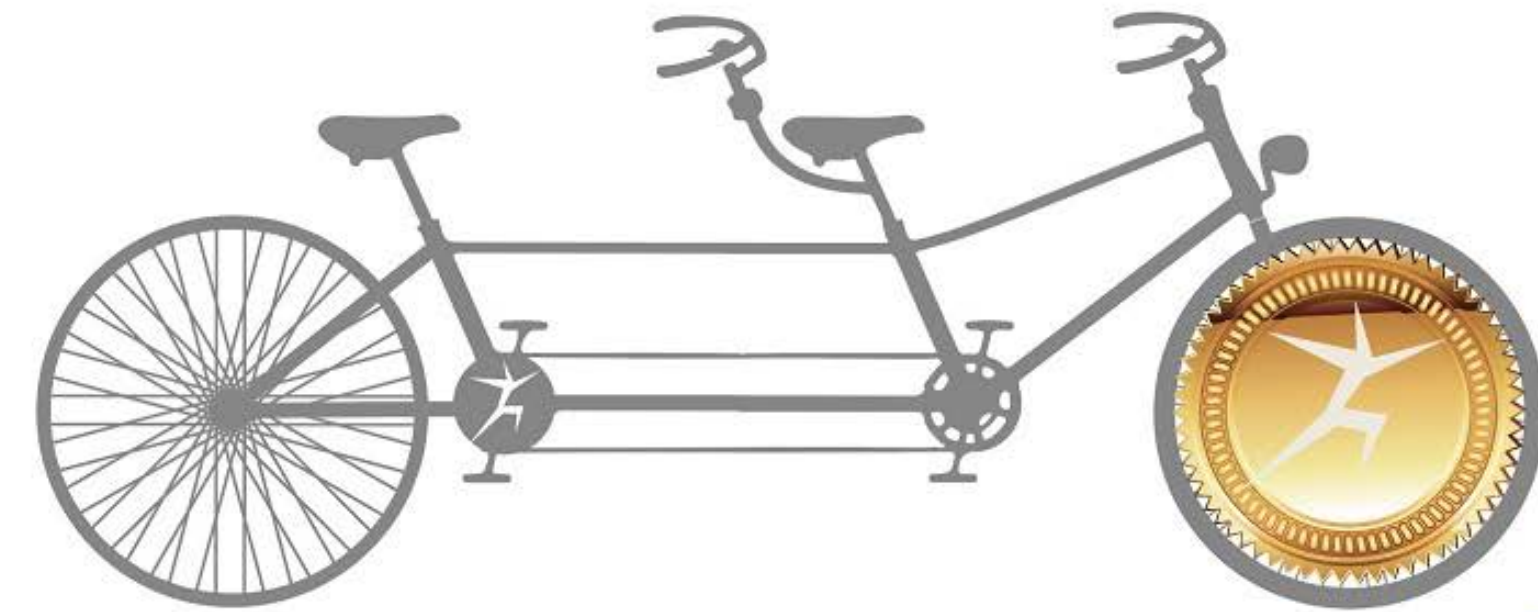
Studenti su tokom čitavog procesa rešavanja studije slučaja imali podršku naših menadžera, koji su delili svoje savete i smernice za dalji rad. Prilikom rešavanja zadatka, studenti su sprovodili istraživanje tržišta, osmišljavali razvoj novog proizvoda, marketinšku strategiju, kampanju i aktivaciju proizvoda u objektima. Najbolji među njima su posetili našu kompaniju, upoznali različite sektore i dobili dodatna znanja, dok je pobednička ekipa sa Fakulteta organizacionih nauka osvojila praksu u kompaniji.

Čitavo takmičenje je realizovano sa ciljem ulaganja u lični i profesionalni razvoj talentovanih studenata. Rešavanjem realnih i praktičnih poslovnih situacija, ali i pronalaženjem talenata, mladi ljudi će u kompaniju Coca-Cola HBC Srbija doneti novu energiju i pristup rešavanju izazova.

PROGLAŠENI FINALISTI AMCHAMPS GENERACIJE 2018.

AmChamps program, pored mogućnosti prakse i stipendiranja, nudi i nova praktična znanja, mentorski rad, kao i dragocena iskustva i razgovor sa vrhunskim stručnjacima iz sveta biznisa.

I u 2018. godini, naša kompanija je podržala program „**AmChamps – Mladi lideri promena**“, koji je pokrenut sa idejom da sinergijom akademskog i korporativnog sektora pomogne edukaciju i razvoj mladih ljudi. Nakon predstavljanja zanimljivih rešenja studije slučaja koju je za učesnike četvrte generacije ovog programa pripremila Coca-Cola HBC Srbija, proglašena su tri mentorska para koja su se plasirala u finale programa.



DODELJENE NAGRADE NAJBOLJIM PREDUZETNIČKIM IDEJAMA MLADIH

Nakon meseci rada sa mentorima, ekspertima i organizatorima SIA programa u Srbiji, u oktobru su dodeljene nagrade za društvene promene za 2018 godinu. Deset timova mladih preduzetnika sa vizijom projekta koji menja svet oko nas nabolje imalo je priliku da pred žirijem i publikom predstavi svoje ideje i obrazloži zašto i kako će njihov biznis funkcionisati i ostaviti svoj trag u društvu.

Najveći broj bodova, sa fokusom na izvodljivost, inovativnost i društveni uticaj projekta dobila su tri tima:

Dok Tok – tim koji čine Jelena i Milica koje se bave mladima koji napuštaju vaspitno-popravne domove i u okviru svog projekta ih zapošljavaju pri izradi zvučnih čestitki i pozivnica.

IsoBillboard – Nišljije Voja i Filip, sa inovativnom idejom izrade toplotne izolacije od uličnih plakata, namenjene domovima ugroženog stanovništva.

Zoundark – Andrija, Đorđe i Nenad koji su osmislili audio-igricu namenjenu slepima i svima koji žele da (u zvučnoj avanturi) iskuse kako to izgleda oslanjati se samo na čulo sluha.



KREATIVNO MENTORSTVO

Sa velikim zadovoljstvom podržali smo i četvrti ciklus programa „Kreativno mentorstvo“, posvećeno ličnom i profesionalnom razvoju mladih stručnjaka u oblasti kulture. Tokom 2018. godine, 25 učesnika programa je zajedno sa svojim mentorima učestvovalo u brojnim treninzima i networking događajima koji su im pomogli da, razmenom znanja i iskustava, inspirišu jedni druge i upoznaju nove oblasti kulture. U petom ciklusu mreži „Kreativnog mentorstva“ pridružiće se još 25 mentorskih parova, te će tada tu zajednicu činiti čak 250 ambasadora ideje mentorstva, ličnog i profesionalnog razvoja, doživotnog učenja i deljenja.

Osnažujući mlade kroz različite inicijative u okviru novog grupnog projekta Coca-Cola mladima, naša kompanija doprinosi UN ciljevima održivog razvoja:



ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE I VODNIH RESURSA



Sistem upravljanja uticajima na životnu sredinu, a posebno posvećenost odgovornom korišćenju vodnih resursa predstavljaju predmet stalnih unapređenja, kojima nastojimo da na što racionalniji i efikasniji način koristimo raspoložive resurse. Kada je reč o vodi, trudimo se da iz godine u godinu smanjujemo količinu potrebne vode za proizvodnju jednog litra proizvoda, koji smo u odnosu na 2007. godinu umanjili za 53 posto, što je u skladu sa našim ciljevima održivosti. Uvođenjem inovativnih tehnologija i rešenja, takođe, vredno radimo na dostizanju cilja koji smo sebi postavili: smanjenje ukupne potrošnje vode za 23 odsto do 2020. godine. Napore koje činimo prepoznala je i Evropska agencija za upravljanje i očuvanje voda, koja je tokom 2018. godine ponovo nagradila

punionicu u Zemunu i fabriku „Vlasinka“ Zlatnim EWS sertifikatom, oznakom kvaliteta i poštovanja standarda u oblasti odgovornog upravljanja vodnim resursima i zaštiti životne sredine.

Naša kompanija ispunjava sve važeće nacionalne propise u oblasti zaštite životne sredine i primenjuje kodekse Coca-Cola HBC Grupe, lidera među proizvođačima bezalkoholnih napitaka prema Dow Jones indeksu održivosti.

VAŽNOST PARTNERSTAVA

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

U okviru UN Global Compact-a, Coca-Cola HBC Grupa jeste potpisnica i osnivač CEO Water Mandate inicijative. Cilj je da se spomenutom inicijativom rešavaju pitanja održivosti vode u operacijama, lancima snabdevanja i zajednicama, te podrazumeva rad sa vladom i nevladinim organizacijama u oblikovanju javne politike u toj oblasti. U nameri da se bolje razume na koji način se upotrebljava voda u našem lancu snabdevanja, takođe radimo sa Mrežom za vodeni otisak (Water Footprint Network).

Na globalnom nivou, već više od deset godina negujemo saradnju sa Svetskim fondom za zaštitu prirode (WWF), dajući doprinos očuvanju biodiverziteta i drugim pitanjima od značaja. Zahvaljujući dugogodišnjim partnerstvima koje naša kompanija neguje u Srbiji, aktivno radimo na podizanju svesti građana, a posebno najmlađih stanovnika, o važnosti odgovornog korišćenja vode i ostalih prirodnih resursa, pokazujući im na koji način oni sami mogu doprineti očuvanju prirode.



DAN DUNAVA 2018.

Tradicionalno organizujemo Međunarodni dan Dunava u saradnji sa NALED-om i Svetskim fondom za zaštitu prirode (WWF), kako bismo inspirisali lokalno stanovništvo da aktivnije doprinosi zaštiti reke Dunav i životne sredine uopšte.

Nastavak višegodišnje podrške naše kompanije na obeležavanju Dana Dunava, tokom 2018. godine označile su bioskopske projekcije na otvorenom u Somboru i Novom Sadu, predstavljanje različitih načina zaštite i ulepšavanja Dunava u saradnji ekološkim pokretom „Smederevo“, kao i otvaranje još jednog dunavskog eko-parka u gradu Smederevu.

Četvrti eko-park nalazi se u okviru gradske tvrđave i izgrađen je na površini od 400 kvadratnih metara, u skladu sa visokim ekološkim standardima. Uz solarno led osvetljenje, u parku se nalazi i klupa koja svojim oblikom simbolizuje tok Dunava kao i kutak za odlaganje otpada za reciklažu, te predstavlja jedinstven prostor u kome će građani moći da se odmaraju, ali i edukuju o značaju zaštite sliva Dunava, vodnih resursa i očuvanju životne sredine uopšte.

Verujemo da će i u tom gradu park postati mesto druženja za najmlađe, kao i da će inspirisati posetioce da dodatno doprinesu očuvanju životne sredine. Park je izgrađen u saradnji sa upravom grada, NALED-om i Svetskim fondom za zaštitu prirode. Naš cilj bio je da na upečatljiv i kreativan način pošaljemo poruku o važnosti edukacije i, pre svega, individualnog pristupa u očuvanju i zaštiti dunavskog eko-sistema.

Međunarodni dan Dunava obeležava se u 14 podunavskih zemalja, među kojima je i Srbija, i to kako bi se podigla svest o važnosti očuvanja reke kod što većeg broja pojedinaca i kako bi se apelovalo na racionalnu upotrebu vodenih resursa. Niz manifestacija, koje se organizuju tim povodom, spaja više od osamdeset miliona ljudi.

Naše aktivnosti u oblasti zaštite životne sredine doprinose UN ciljevima održivog razvoja:



Negujući partnerstva i promovišući značaj zajedničkog delovanja već dugi niz godina doprinosimo UN cilju održivog razvoja:



GRI INDEKSI INDIKATORI



GRI INDEKS I INDIKATORI

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

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

GRI STANDARDI	GRI OBLASTI I INDIKATORI	STATUS 2018.
	GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	
	KATEGORIJA: EKONOMIJA – GRI 200	
	ASPEKT: EKONOMSKE PERFORMANSE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 201	
1.	201-1 DIREKTNA GENERISANA I DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VREDNOST	●
2.	201-2 FINANSIJSKE POSLEDICE I DRUGI RIZICI I PRILIKE ZA POSLOVANJE KOMPANIJE USLED KLIMATSKIH PROMENA	→
	ASPEKT: PRAKSE NABAVKE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 204	
3.	204-1 UDEO POTROŠNJE NA LOKALNE DOBAVLJAČE U ZNAČAJNIM LOKALITETIMA POSLOVANJA	●
	ASPEKT: ANTIKORUPCIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 205	
4.	205-2 KOMUNIKACIJA I OBUKE O ANTIKORUPCIJSKIM POLITIKAMA I PROCEDURAMA KOMPANIJE	●
5.	205-3 POTVRĐENI SLUČAJEVI KORUPCIJE I PREDUZETE MERE	●
	ASPEKT: ANTIKOMPETITIVNO PONAŠANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 206	
6.	206-1 PRAVNI POSTUPCI POKRENUTI ZBOG PONAŠANJA U SUPROTNOSTI SA NAČELOM SLOBODNE TRŽIŠNE KONKURENCIJE, TRUSTOVSKIH I MONOPOLISTIČKIH PRAKSI	●
	KATEGORIJA: ŽIVOTNA SREDINA – GRI 300	
	ASPEKT: MATERIJALI – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 301	
7.	301-1 UPOTREBLJENI MATERIJALI PREMA TEŽINI ILI ZAPREMINI	●
8.	301-2 UPOTREBLJENI ULAZNI MATERIJAL KOJI JE RECIKLIRAN	●
9.	301-3 PREUZETI PROIZVODI I NJIHOVI AMBALAŽNI MATERIJALI	●
	ASPEKT: ENERGIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 302	
10.	302-1 POTROŠNJA ENERGIJE UNUTAR KOMPANIJE*	●
11.	302-2 POTROŠNJA ENERGIJE VAN KOMPANIJE	●
12.	302-3 ENERGETSKI INTENZITET	●
13.	302-4 SMANJENJE POTROŠNJE ENERGIJE	●
14.	302-5 SMANJENJE U ENERGETSKIM ZAHTEVIMA PROIZVODA I USLUGA	●
	ASPEKT: VODA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 303	

GRI STANDARDI	GRI OBLASTI I INDIKATORI	STATUS 2018.
	GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	
15.	303-3 CRPLJENJE VODE	●
16.	303-4 ISPUŠTANJE VODE	●
17.	303-5 POTROŠNJA VODE	●
	ASPEKT: BIODIVERZITET – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 304	
18.	304-2 ZNAČAJNI UTICAJI DELATNOSTI, PROIZVODA I USLUGA NA BIODIVERZITET	●
19.	304-4 VRSTE KOJE SE NALAZE NA CRVENOM POPISU IUCN-A I NACIONALNOM POPISU UGROŽENIH VRSTA SA STANIŠTIMA NA PODRUČJIMA POGOĐENIMA POSLOVNIM DELATNOSTIMA KOMPANIJE	●
	ASPEKT: EMISIJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 305	
20.	305-1 DIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 1)	●
21.	305-2 INDIRECTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 2)	●
22.	305-3 DRUGE INDIRECTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 3)	●
23.	305-4 INTENZITET EMISIJA GASOVA STAKLENE BAŠTE	●
24.	305-5 SMANJENJE EMISIJA GASOVA STAKLENE BAŠTE	●
25.	305-6 EMISIJE SUPSTANCI KOJE OŠTEĆUJU OZONSKI OMOTAČ	●
26.	305-7 NOX, SOX I DRUGE ZNAČAJNE EMISIJE U VAZDUH	●
	ASPEKT: IZLIVANJA I OTPAD – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 306	
27.	306-2 OTPAD PREMA VRSTI I METODI ZBRINJAVANJA	●
28.	306-3 ZNAČAJNA IZLIVANJA	●
29.	306-4 TRANSPORT OPASNOG OTPADA	●
30.	306-5 VODENA PODRUČJA POGOĐENA ISPUŠTANJEM I/ILI ISTICANJEM VODE	●
	ASPEKT: EKOLOŠKA USAGLAŠENOST – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 307	
31.	307-1 NEPRIDRŽAVANJE ZAKONA I PROPISA O ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE	●
	ASPEKT: EKOLOŠKA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 308	
32.	308-1 NOVI DOBAVLJAČI KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA U VEZI SA UTICAJEM NA ŽIVOTNU SREDINU	●

GRI STANDARDI	GRI OBLASTI I INDIKATORI	STATUS 2018.
	GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	
	KATEGORIJA: DRUŠTVO – GRI 400	
	ASPEKT: ZAPOŠLJAVANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 401	
33.	401-1 UKUPAN BROJ NOVOZAPOSLENIH I FLUKTUACIJA ZAPOSLENIH	●
34.	401-2 BENEFICIJE OBEZBEĐENE ZAPOSLENIMA SA PUNIM RADNIM VREMENOM KOJE NISU OBEZBEĐENE ZAPOSLENIMA NA ODREĐENO VREME ILI ZAPOSLENIMA SA NEPUNIM RADNIM VREMENOM	●
35.	401-3 PORODILJSKO ODSUSTVO	●
	ASPEKT: ODNOS ZAPOSLENIH I MENADŽMENTA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 402	
36.	402-1 NAJMANJI PERIOD U KOME SE UNAPRED OBAVEŠTAVA O PROMENAMA U POSLOVANJU	●
	ASPEKT: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST NA RADNOM MESTU – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 403	
37.	403-4 UČEŠĆE, SAVETOVANJE I KOMUNIKACIJA SA ZAPOSLENIMA U VEZI SA BEZBEDNOŠĆU I ZDRAVLJEM NA RADU	●
38.	403-9 POVREDE U VEZI SA RADOM	●
	ASPEKT: OBUKE I OBRAZOVANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 404	
39.	404-1 PROSEČAN BROJ SATI OBUKE PO ZAPOSLENOM	●
40.	404-2 PROGRAMI ZA UNAPREĐIVANJE VEŠTINA ZAPOSLENIH I PROGRAMI KOJI IM POMAŽU U USPEŠNOM OKONČANJU RADNOG VEKA	●
41.	404-3 PROCENAT ZAPOSLENIH KOJI DOBIJAJU REDOVNU OCENU RADNOG UČINKA I INDIVIDUALNOG RAZVOJA	●
	ASPEKT: RAZLIČITOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 405	
42.	405-1 SASTAV UPRAVLJAČKIH TELA I STRUKTURA ZAPOSLENIH	●
	ASPEKT: ANTIDISKRIMINACIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 406	
43.	406-1 SLUČAJEVI DISKRIMINACIJE I PREDUZETE MERE	●
	ASPEKT: PROCENA LJUDSKIH PRAVA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 412	
44.	412-2 OBUKA ZAPOSLENIH O POLITIKAMA I POSTUPCIMA KOJI SE TIČU LJUDSKIH PRAVA	●
	ASPEKT: DRUŠTVENA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 414	
45.	414-1 PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA VEZANIM ZA DRUŠTVO	●
	ASPEKT: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 416	

GRI STANDARDI	GRI OBLASTI I INDIKATORI	STATUS 2018.
	GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	
46.	416-1 PROCENA ZDRAVSTVENIH I BEZBEDNOSNIH UTICAJA KATEGORIJA PROIZVODA I USLUGA	●
47.	416-2 SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA U VEZI SA ZDRAVSTVENIM I BEZBEDNOSNIM UTICAJIMA PROIZVODA I USLUGA	●
	ASPEKT: MARKETING I OZNAČAVANJE PROIZVODA I USLUGA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 417	
48.	417-1 ZAHTEVI U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	●
49.	417-2 SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA PROPISA U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	●

- INDIKATOR ISPUNJEN U POTPUNOSTI
- DELIMIČNO ISPUNJEN INDIKATOR

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

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

DODATNE NAPOMENE:

NEKADAŠNJI INDIKATORI **EN27 I EN30** PREMA NOVOM GRI INDEKSU NISU PREDSTAVLJENI U FORMI INDIKATORA, VEĆ KROZ PRISTUP UPRAVLJANJU TEMAMA: MATERIJALI, ENERGIJA, EMISIJE.

NEKADAŠNJI INDIKATORI **EN34, LA16 I HR12** SU UVOĐENJEM GRI STANDARDA POVEZANI U **103-2-C** (OPŠTI PRISTUP UPRAVLJANJU).

INDIKATOR PR5 PREMEŠTEN JE U **102-43 I 102-44.**

NEKADAŠNJI INDIKATORI **G4-LA14, G4-HR10 I G4-SO9** SU UVOĐENJEM GRI STANDARDA POVEZANI U **414-1.**

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

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

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

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

GLOBALNI DOGOVOR UJEDINJENIH NACIJA I GLOBAL REPORTING INITIATIVE

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

Naš pristup podrazumeva:

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

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

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

PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN)	ODGOVARAJUĆE STAVKE U GRI STANDARDIMA
LJUDSKA PRAVA	
PRINCIP 1 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU I POŠTUJU ZAŠTITU MEĐUNARODNO PRIZNATIH LJUDSKIH PRAVA I	103-2 412-2
PRINCIP 2 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA SVOJIM POSLOVANJEM NE UČESTVUJU U KRŠENJU LJUDSKIH PRAVA.	414-1
RADNA PRAVA	
PRINCIP 3 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU SLOBODU UDRUŽIVANJA I POTPUNU PRIMENU PRAVA NA KOLEKTIVNO PREGOVARANJE,	102-41 402-1
PRINCIP 4 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU UKIDANJE SVIH OBLIKA PRINUDNOG I PRISILNOG RADA,*	412-2 414-1
PRINCIP 5 UKIDANJE SVIH OBLIKA DEČJEG RADA I*	412-2 414-1
PRINCIP 6 UKIDANJE DISKRIMINACIJE U POGLEDU ZAPOŠLJAVANJA I IZBORA ZANIMANJA.	102-8 401-1 401-3 404-1 404-3 405-1 406-1
ŽIVOTNA SREDINA	
PRINCIP 7 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA ODGOVORNO PODRŽAVAJU PRINCIP PREDOSTROŽNOSTI U ODNOSU NA IZAZOVE ŽIVOTNE SREDINE,	103-2 301-1 301-2 301-3 302-1 302-2

PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN)	ODGOVARAJUĆE STAVKE U GRI STANDARDIMA
	302-3
	302-4
	302-5
	303-3
	303-4
	303-5
	304-2
	304-4
	305-1
	305-2
	305-3
	305-4
	305-5
	305-6
	305-7
	306-2
	306-3
	306-4
	306-5
	307-1
	308-1
PRINCIP 8 PROMOVISANJE PROJEKATA VEĆE ODGOVORNOSTI PREMA ŽIVOTNOJ SREDINI I	301-1
	301-2
	301-3
	302-1
	302-3
	303-3
	303-4
	303-5

PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN)	ODGOVARAJUĆE STAVKE U GRI STANDARDIMA
	304-2
	305-1
	305-2
	305-3
	305-5
	305-6
	305-7
	306-2
	306-3
	306-4
	306-5
	307-1
PRINCIP 9 UPOTREBA I RAZVOJ TEHNOLOGIJA NEŠKODLJIVIH ZA ŽIVOTNU SREDINU.	302-4
	302-5
	305-5
ANTIKORUPCIJA	
PRINCIP 10 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA SE BORE PROTIV SVIH OBLIKA KORUPCIJE, UKLJUČUJUĆI I IZNUDU I PODMIĆIVANJE.	102-16
	102-17
	205-2
	205-3

*PREMA PROCENI AUTORA IZVEŠTAJA.

DODATNE NAPOMENE:

NEKADAŠNJI INDIKATORI **EN27** I **EN30** PREMA NOVOM GRI INDEKSU NISU PREDSTAVLJENI U FORMI INDIKATORA, VEĆ KROZ PRISTUP UPRAVLJANJU TEMAMA: MATERIJALI, ENERGIJA, EMISIJE.

NEKADAŠNJI INDIKATORI **EN34** I **HR12** SU ZAJEDNO SA **LA16**, UVOĐENJEM GRI STANDARDA POVEZANI U **103-2-C** (OPŠTI PRISTUP UPRAVLJANJU).

NEKADAŠNJI INDIKATOR **G4-HR10** ZAJEDNO SA **G4-LA14** I **G4-SO9** UVOĐENJEM GRI STANDARDA SADA ČINE **414-1**.

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

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